Het CDA in de digitale netwerksamenleving

Masterthesis Nieuwe Media en Digitale Cultuur
Universiteit Utrecht

Daan Molenaar

September 2012 | studentnr. 3570363
Supervisie: A.S. Lehmann en M. de Lange

“Wat staat er in de wet geschreven? Wat leest u daar?”
De wetgeleerde antwoordde: “Heb de Heer, uw God, lief met heel uw hart en met heel
Uw ziel en met heel uw kracht en met heel uw verstand, en uw naaste als uzelf.”
“U hebt juist geantwoord,“ zei Jezus tegen hem. “Doe dat en u zult leven.”
Maar de wetgeleerde wilde zich rechtvaardigen en vroeg aan Jezus:
“Wie is mijn naaste?”

HET CDA IN DE NETWERKSAMENLEVING

Daan Molenaar

Samenvatting

Dit onderzoek beschrijft de gevolgen van de digitale netwerksamenleving voor de relatie tussen politiek en burger. Hierbij wordt in het specifiek gekeken naar de sociaal-conservatieve politieke partij het CDA. Deze digitale netwerksamenleving kenmerkt zich door de centrale plaats die digitale technologie en online medianetwerken innemen in de organisatie van samenleving, politiek en economie.

Vanuit een historisch perspectief (de massasamenleving) wordt duidelijk wat de invloed van de digitale netwerksamenleving is op de politiek. Hierin staat 'mass self-communication' centraal. Dat betekent dat mensen nu digitale expressiemogelijkheden hebben om hun stem te laten horen en potentieel een groot publiek te bereiken. Daarnaast bieden (mobiele) digitale netwerken nieuwe mogelijkheden op het gebied van organisatie van mensen, het genereren van kennis en distributie en beheer van informatie.

Niet alleen de invloed van burgers op de politiek is van belang in deze thesis. Juist ook het perspectief van de politieke partij wordt belicht. In deze thesis wordt het betoog gehouden dat er een netwerkcharisma nodig is bestaand uit verschillende aspecten zoals expertise, humor en authenticiteit. Een balans hiertussen is essentieel voor een effectieve aanwezigheid in online netwerken. Vanuit het perspectief van het CDA is gekeken naar de eisen en de kansen die de digitale netwerksamenleving met zich meebrengt. Aan de ene kant heeft dit gevolgen voor de helderheid van de koers van de partij. Aan de andere kant bieden online netwerken kansen voor het visualiseren van de diepgewortelde offline netwerken van deze partij en het versterken van de relatie met het grondvlak.

Tags

CDA | Netwerkpolitiek | Sociale media | Netwerksamenleving | Netwerkinvloed

Dankbetuiging

Deze masterthesis is het eindproduct van een leerzaam proces. Mijn fascinatie voor de onderwerpen van deze thesis, het CDA en de netwerksamenleving, hebben mij tijdens het schrijven gemotiveerd gehouden. Mijn vaardigheden om tot een krachtig wetenschappelijke thesis te komen schoten soms echter tekort. Het proces om wel tot zo'n eindproduct te komen was goed en noodzakelijk. Ten eerste wil ik mijn begeleidster dr. Ann-Sophie Lehmann en tweede lezer dr. Michiel de Lange bedanken voor hun opbouwende kritiek. Grote dank gaat uit naar Simon Geleijnse, hoofd publieksvoorlichting bij de CDA-fractie en Aart Paardekooper. Zij waren tijdens mijn stageperiode van februari tot september 2012 zeer betrokken en hebben me geïnspireerd. Ik kijk met veel plezier terug op discussies met hen over het CDA en de samenleving. Ook wil ik Hildebrand Bijleveld bedanken voor zijn gepassioneerde betrokkenheid, kennis en hulp. Last, but certainly not least bedank ik mijn vriendin Marianne. Zij wist altijd dat dit 'wel goed zou komen'.

Het is inderdaad goed gekomen en dit is het resultaat. Ik hoop dat u het met genoegen leest en dat deze thesis stof tot nadenken biedt en mogelijk zelfs tot actie zal leiden.

Daan Molenaar
Utrecht, september 2012

Inhoudsopgave

Introductie, onderzoek en probleemstelling

Niet alleen de fysieke infrastructuur, maar ook de sociale structuur van de samenleving verandert. Digitale technologie, individualisering en globalisering veranderen de samenleving. De vaste verbanden van kerk en vereniging verzwakken en identiteit, zingeving, waarden en normen worden in de geseculariseerde westerse wereld anders vormgegeven en geuit. Waar begin 20-ste eeuw de identiteit sterk werd beïnvloed door de zuil waartoe je behoorde (protestants, rooms-katholiek, socialistisch of liberaal) kwam een halve eeuw later de nadruk te liggen op persoonlijke ontplooiing[1]. Een gevolg daarvan is dat de wereld pluralistischer is geworden. Dat stelt ook de Canadese filosoof en schrijver van het boek *Een Seculiere Tijd* (2010): de westerse samenleving is ontwikkeld tot een modern, rationeel, wetenschappelijk, pluralistisch onzeker geheel dat terughoudend is waar het om ideologische of religieuze overtuiging gaat. Mensen organiseren zich dan ook minder op basis van waardenpatronen en levensovertuiging en steeds meer als verbonden individuen op basis van interesses en gedeelde waarden. De digitale ontwikkeling heeft hier een aanzienlijke invloed op.

Deze verbonden individuen organiseren zich vervolgens in zogenaamde netwerken. (o.a. Van Dijk 2012; Castells, 2009; Castells, 2010; Barney, 2004). Een netwerk is volgens de Spaanse socioloog Manuel Castells “a set of interconnected nodes. A node is the point at which a curve intersects itself. What a node is, concretely speaking, depends on the kind of concrete networks of which we speak” (Castells, 2010, p.501). De belangrijkste reden om in deze thesis te praten over de samenleving in relatie tot netwerken zijn de groeiende digitale interactieve medianetwerken. De digitale technologie (infrastructuur) in combinatie met online media (content) werken in op onze sociale relaties. Individuen of groepen individuen verbinden en organiseren zich nu gemakkelijker op een horizontale manier, waarbij ‘overkoepelende mechanismen’ minder van belang zijn dan vroeger zegt de Wetenschappelijk raad voor regeringsbeleid in het rapport *Vertrouwen in de Democratie* (2012, p.147). In hoofdstuk 1 bespreken we, op basis van literatuurstudie, de definitie van deze netwerken en de wijze waarop die digitale netwerken zijn georganiseerd in de samenleving.

Drie invloedrijke auteurs zijn hierbij richtinggevend. Manuel Castells, een Spaanse socioloog, is een van de eersten die netwerken in verband bracht met de hedendaagse samenleving. Hij is dan ook het vertrekpunt voor deze thesis. Uit zijn boek *The Internet Galaxy* komt het citaat:

> The Network is the Message. The Internet is the fabric of our lives. If information technology is the present-day equivalent of electricity in the industrial era, in our age the Internet could be likened to both the electrical grid and the electric engine because of its ability to distribute the power of information throughout the entire

> realm of human activity (…) the Internet is the technological basis for the organizational form of the information Age: the network (2001, p.1).

Ook de Nederlandse hoogleraar communicatiewetenschappen aan de Universiteit Twente, prof. Jan van Dijk, heeft een groot oeuvre over de netwerksamenleving. Van Dijk en Castells zijn beiden overtuigd van de impact van digitale netwerken voor de organisatie van samenleving, politiek en economie. Van Dijk: "Networks are becoming the nervous system of our society, and we can expect this infrastructure to have more influence on our entire social and personal lives than did the construction of roads for transportation of goods and people in the past" (Van Dijk, 2012, p.2). Tenslotte raadplegen we de Canadese filosoof Darin Barney die in zijn boek *The Network Society* (2004) ook een visie heeft op de rol van digitale netwerken.

In het tweede hoofdstuk wordt bekeken op welke manier traditionele politieke partijen door de in digitale netwerken georganiseerde samenleving wordt beïnvloed. Volgens prof. Frank Hendriks van de Universiteit van Tilburg worden door de fragmentatie van de samenleving "extra hoge eisen gesteld aan de integratie en afwegingen waar het historisch gegroeide partijlandschap onmogelijk aan kan voldoen" (2002, p.4). Lector binnen het lectoraat Media in de Publieke ruimte aan de Christelijke Hogeschool Ede en de Vrije Universiteit, Jan van der Stoep, wijst er op dat als gevolg van de fragmentatie er minder homogene groepen bestaan. Dus zijn die ook moeilijker te vertegenwoordigen (Van der Stoep, 2010, p.106). Waar in een verzuilde samenleving een hiërarchische organisaties overheersten, daar worden door middel van digitale netwerken horizontale verbindingen gelegd (Van Dijk en Winters-Van Beek, 2008; Van der Stoep, 2010; Castells, 2009, Van der Arendt, 2007). Hierdoor is het hiërarchische gerichtheid een stuk minder geworden. Volgens Gerald Morsinkhof, Frank Regtvoort en Hans Siepel in hun pamflet *Maatschappelijk Verbonden Overheidscommunicatie* (2010) gebeurt dat horizontaal verbinden overigens nauwelijks bij de bestuursorganen. Dan rijst de vraag hoe kan en moet een politieke partij zich meer horizontaal verbinden met burgers. Biedt het digitale netwerk een directere vorm van democratie? Sociale media geven een stem aan veel individuen tegelijk. Hoe moet een politieke partij met deze 'countervailing power' omgaan (Castells, 2007)? Deze vragen worden in hoofdstuk 4 specifiek toegepast op het CDA.

Maar voor een specifieke politieke partij kan worden genoemd, is het van belang om netwerkwerk-invloed op strategisch niveau in hoofdstuk 3 aan de orde te stellen. Om online netwerken te bereiken en deze effectief te gebruiken (luisteren, maatschappelijke antenne) en te beïnvloeden (als invloedrijk PR-middel) vergt specifieke vaardigheden. In deze thesis wordt dit 'netwerkcharisma' genoemd. Deze vaardigheden worden benoemd met afsluitend een praktijkvoorbeeld van een burgemeester met netwerkcharisma die zich online met burgers uit zijn gemeente wist te verbinden.

De partij die centraal staat in de toetsing van deze thesis is het CDA. Deze sociaal-conservatieve politieke partij met christelijke beginselen stond vanouds bekend als een sterke netwerkpartij. In het digitale tijdperk heeft het CDA het electoraal moeilijk. Is daar een relatie? In hoofdstuk vier verkennen we de gevolgen van de pluralistische netwerksamenleving op deze

partij. De laatste paragraaf van hoofdstuk vier staat in het teken van de sociale gevolgen van de netwerktechnologie en medianetwerken. In hoeverre dragen medianetwerken bij aan de erosie van oude netwerken en de ontwikkeling van nieuwe vormen van gemeenschap. Hier is duidelijk het dualisme van de netwerksamenleving te zien: "aan de ene kant de individualisering van de sociale ruimte en tijd en aan de andere kant een socialisering van de individuele ruimte en tijd" (Van Dijk, 2005, p.181). Dit is ook terug te zien in 'the digital divide' (toegang tot digitale bronnen en vaardigheden om die te gebruiken verschillen tussen groepen en individuen) omdat er digitaal handelingsvermogen nodig is in de netwerksamenleving (Cross, 2011, p.140).

Hoe een politieke partij, met in het bijzonder het CDA, moet handelen in de netwerksamenleving wordt onderzocht aan de hand van de volgende onderzoeksvraag:

Welke gevolgen heeft de digitale netwerksamenleving voor politiek en democratie en hoe moet de politieke partij CDA hierop inspelen?

Het antwoord op de onderzoeksvraag moet inzichtelijk maken wat de gevolgen zijn van de netwerksamenleving voor het bedrijven van politiek en dat van het CDA in het bijzonder. Deze hoofdvraag wordt beantwoord langs de volgende deelvragen in de hoofdstukken:

1a. Wat is een netwerksamenleving?
2a. Wat zijn de gevolgen van de netwerksamenleving voor de politiek?
2b. Dwingen digitale communicatienetwerken tot nieuwe vormen van democratie?
2c. Wat is de rol van sociale media in het politieke speelveld?
3a. Welke strategische aspecten van digitale netwerken zijn van belang voor politieke partijen?
4a. Hoe moet het CDA inspelen op de eisen van de netwerksamenleving?
4b. Op welke manier kan het CDA vanuit haar identiteit als een netwerkpartner fungeren?
4c. Heeft het CDA visie op de ICT invloed op de samenleving?

De veranderingen in de samenleving en de rol die digitale netwerken spelen in de relatie tussen burger en politiek zijn het overkoepelende thema van deze thesis.

Dit onderzoek is kwalitatief. De reden daarvoor is dat het niet mogelijk is om kwantificerend te werk te gaan omdat het onderzoeksgebied zo complex is (Boeije, 2005, p.350). Hennie Boeije stelt in het boek *Analyseren in kwalitatief onderzoek* (2005) dat kwalitatieve onderzoeksmethoden: "het mogelijk maken om het onderwerp vanuit het perspectief van de onderzochte mensen te kennen met het doel om het te beschrijven en waar mogelijk te verklaren" (2005, p.27). Om het perspectief van de deskundigen op het gebied van netwerkpolitiek en het CDA te leren kennen heb ik ervoor gekozen om vijftien semigestructureerde interviews[2] te houden. Dat is voldoende, omdat na twaalf interviews over het algemeen de hoofdthema's wel duidelijk zijn (Guest et al., 2006, p.22). Door deze interviews was ik in staat om kennis over netwerkpolitiek, het gebruik van online netwerken en het CDA zo praktijkgericht mogelijk op papier te zetten. Er is gezocht naar een combinatie van mensen die

vanuit verschillende perspectieven naar het onderwerp konden kijken. De meeste respondenten hebben ook een relatie met het CDA. Zo is er gesproken met de 90-jarige oud-fractieleider van het CDA, Willem Aantjes. Maar ook met Tom van der Meer, een politicoloog van de UvA die net een onderzoek gepubliceerd had over het electoraat van het CDA. Ik sprak met respondenten die lang politiek actief zijn, visionaire nieuwkomers en criticasters.

Onderzoeksstrategie

Dit onderzoek is opgebouwd uit een objectieve en een subjectieve invalshoek. Het literatuuronderzoek vormt de relatief objectieve basis voor het praktijkonderzoek. Er wordt o.a. literatuur verwerkt uit verschillende disciplines: netwerken (netwerksamenleving), politicologie (CDA) en psychologie (beïnvloeding in netwerken). De keuze voor de boeken is gebaseerd op hun bekendheid uit het bestaande discours en de toepassing op de politiek en specifiek het CDA. Ook is er literatuur gevonden met behulp van de 'sneeuwbalmethode': verwijzingen van auteur a leiden naar auteur b.

Het onderzoek is verricht volgens de regels van interpretatief onderzoek. Dat geeft 'subjectivistische waarheidsvinding' op (RMO, 2011, p.96). Het veldwerk (bronnen, websites en sociale media) en de interviews zijn op een subjectieve manier geselecteerd en verwerkt.

Academische relevantie

Dit onderzoek is geschreven als onderdeel van de master Nieuwe Media en Digitale Cultuur. Vanuit het discours van de netwerksamenleving, zoals die beschreven is door o.a. Manuel Castells, wordt de positie van de representatieve democratie in de digitale netwerksamenleving verkent. Naast prof. Jan van Dijk, de Raad voor het Openbaar Bestuur (Rob), zijn er zijn relatief weinig actuele Nederlandse onderzoeken die politiek onderzoeken in relatie tot een mediastudie. Een uitgebreid rapport van de RMO over dit onderwerp wordt binnen afzienbare tijd gepubliceerd. Een onderzoek in relatie tot een specifieke politieke partij en de samenlevingsvisie die daarbij hoort is mij niet bekend.

Betrouwbaarheid, validiteit en transparantie

Betrouwbaarheid in wetenschappelijk onderzoek betekent onder andere dat de respondent een week later geen andere antwoorden zou geven, dat zou namelijk betekenen dat zijn eerder antwoorden slechts voor dat moment golden (Baarda, 2009). In dit onderzoek is dat redelijk gewaarborgd, omdat er gevraagd werd naar overtuigingen en ervaringen van een zeer gevarieerde groep. Wanneer een respondent zegt dat hij het belangrijk vindt dat het CDA zijn 'christelijke beginselen' trouw blijft of dat 'grootschalige online participatie' niet werkt, zal dat een week later niet anders zijn. Is het onderzoek *valide*? Ten eerste moet in het geval van valide onderzoek het meetinstrument passend zijn voor de beoogde resultaten (Baarda, 2009). Dat beoogde resultaat is het in beeld krijgen van de eisen van de digitale netwerksamenleving voor de representatieve politiek en de plek van het CDA daarin. Een semigestructureerd interview is daarvoor geschikt omdat de respondenten hun ervaringen kunnen delen, waarbij de

onderzoeker kan doorvragen, waardoor een globaal beeld van de praktijk verkregen wordt. Verder zijn alle bronnen en gesprekken genoteerd.

Een tweede kwalificatie van validiteit is de juiste vragen stellen. In de interviews werd gevraagd naar:

De visie van de respondent op de huidige samenleving en de rol van de politiek daarin.

- Wat zijn volgens u de gevolgen van de huidige mediasamenleving voor de politiek?
- Wat is de invloed van online media op de politiek?

Het effectieve gebruik van online netwerken

- Hoe moet een politieke partij of een politicus online invloed uitoefenen?
- Hoe kan het CDA zich online verbinden met netwerken?
- Welke communicatieve vaardigheden nodig zijn voor online actieve politici?

Specifiek naar de positie van het CDA

- Wat zijn de consequenties van digitale netwerken voor het CDA en haar plek in de samenleving?

De onderzoeker dient *transparant* te maken hoe hij of zij tot conclusies komt. De controleerbaarheid van de meningen in dit onderzoek is lastig. Daarom is geprobeerd de stappen die de onderzoeker heeft gezet duidelijk te maken.

Hoofdstuk 1

De netwerksamenleving

1|1 Inleiding: netwerken als metafoor voor de samenleving

Wat is de netwerksamenleving? Voordat we ons toespitsen op de politiek, staat deze vraag centraal in dit inleidende hoofdstuk. We zullen eerst kijken naar het begrip 'netwerk' en de connotaties ervan. Vervolgens wordt de term verschillend gedefinieerd en gewaardeerd vanuit de literatuur. Verschillende auteurs geven hun inzichten over de netwerksamenleving. Manuel Castells (hoogleraar Communicatie, Technologie en Maatschappij aan de University of Southern California), Jan van Dijk (hoogleraar Communicatiewetenschappen Universiteit Twente) en Darin Barney (hoogleraar faculteit Art History and Communications aan McGill University) zijn de geselecteerde auteurs die invloedrijke boeken hebben geschreven over de netwerksamenleving en de implicaties ervan. Hun visies zijn in deze these de uitsnede van het discours van de netwerksamenleving.

1| 2 De netwerkmetafoor

De term netwerk kent veel connotaties: van constante verbondenheid; van vernieuwing; van democratisering door openheid; van toegankelijkheid, gelijkwaardigheid en decentralisering; van dynamiciteit en van stabiliteit (Van Grinsven, 2011, p.18). Het begrip netwerk is in de context van de netwerksamenleving een metafoor. Een metafoor is beeldspraak die berust op vergelijking.[3] De toepassing van het netwerk in dit geval kent zijn oorsprong als vergelijking. Een 'net' is een rangschikking van draden. 'Werk' als toevoeging zorgt voor de bewerkstelliging, het werkwoord. In het oorspronkelijke betekenis werd de term gebruikt voor een infrastructuur aan (auto, spoor, water, lucht) wegen. Rob van Grinsven noemt een netwerk in zijn eindscriptie mediawetenschap (Nieuwe Media & Digitale Cultuur) een rangschikking van een complex verstrengeld fysiek systeem (2011, p.19). Ook fysieke bekabelingsnetwerken van radio, televisie en computers worden zo genoemd. In deze gevallen gaat het om fysieke en materiële verbindingen.

Er bestaat een andersoortige beschrijving van 'netwerk', zijnde: relaties tussen personen en verbindingen (bijv. connecties in de hersenen). Abstracte relaties worden genoemd in relatie tot fysieke concrete rangschikkingen. Dit is een belangrijke stap van netwerktechnologie naar beschrijvingen over de netwerksamenleving (Barney, 2004, p.60). Nu kunnen veel verbanden en verhoudingen worden getypeerd als netwerken. Wordt het begrip netwerk hiermee duidelijker? Volgens Van Grinsven lijkt dat er niet op. Alles is immers te beschrijven in termen van relaties en verbindingen. Toch zijn er redenen om het netwerk te gebruiken als metafoor. Dit heeft met name te maken met de opkomst van het World Wide Web en de ontwikkeling van digitale technologie. Een greep uit de connotaties die daarmee gelinkt worden zijn: verbondenheid,

flexibiliteit en democratisering en het verminderen van fysieke grenzen. Darin Barney zegt het volgende over de essentie van netwerken:

> Networks are comprised of three main elements: nodes, ties and flows. A node is a distinct point connected to at least one other point, though it often simultaneously acts as a point of connection between two or more other points. A tie connects one node to another. Flows are what pass between and through nodes along ties. To illustrate, we might consider a group of friends as a network: each friend is a *node*, connected to at least one other friend but typically to many others who are also connected, both independently and through one another; the regular contacts between these friends, either in speech or other activities, whether immediate or mediated by a technology, are the *ties* that connect them; that which passes between them – gossip, camaraderie, support, love, aid – are *flows*. (Barney, 2004, p.26)

Binnen netwerken is er onderscheid te maken tussen 'sterke banden' (strong ties) en 'zwakke banden' (weak ties) (Granovetter, 1973). De kern daarvan is dat mensen maar een beperkt aantal sterke banden kunnen hebben. Online netwerken bieden vooral een vergroting van het aantal van die zogenaamde weak ties.

Barney stelt dat het netwerk qua connotatie vergelijkbaar is met raster, web en matrix: "All of which seek to evoke the logic of decentralized proliferating connectivity which defines the essence of a network" (2004, p.2). Hij legt nadruk op het woord matrix, dat 'moeder' betekent. De moeder heeft een baarmoeder. De netwerksamenleving is dan de 'baarmoeder' waar een "qualitatively new form of society is born, a society in which identity, politics and economy are structured, and operate, as networks" (2004, p.2). Volgens Barney zit de essentie van een netwerk in termen als decentralisatie en bevrijdende gebondenheid. Jan van Dijk, tenslotte, gebruikt de metafoor van het zenuwstelsel: "De netwerken zijn de zenuwen, maar de mensen en hun organische verbanden blijven haar organen in een fysieke wereld" (Van Dijk, 2005, p.249).

1|3 Het discours van de netwerksamenleving

In deze paragraaf analyseren we het wetenschappelijke discours van de netwerksamenleving. Hierbij zullen de visies van de verschillende auteurs, hun overeenstemmingen, voortzettingen op elkaar en kritische reflecties besproken worden.

We beginnen bij Manuel Castells. Door het grote aantal publicaties is hij een veelvuldig geciteerde auteur. Hij is de auteur van de invloedrijke trilogie *The Information Age: Economy, Culture en Society* (1996, 1997, 1998). Het citaat uit de inleiding van deze thesis begint met de woorden 'The Network is the Message'. Castells heeft een marxistische visie op de hedendaagse samenleving en lijkt hiermee te willen zeggen dat het internet bepalend is voor de organisatie van westerse samenlevingen. Hij benoemt echter wel constant het belang van de gebruiker (Castells, 2001, p.36-61). Castells geeft de volgende definitie van de netwerksamenleving:

> A network society is a society whose social structure is made around networks activated by microelectronics bases digitally processed information and communication technologies. I understand social structures to be the organizational arrangements of humans in relationships of production, consumption, reproduction, experience and power expressed in meaningful communication coded by culture (2009, p.24)

Een belangrijke eigenschap van de netwerksamenleving is volgens Castells 'Space of Flows' (1996; 2007; 2009). Dit begrip duidt op de nieuwe verhouding die online netwerken bieden in relatie tot tijd en plaats. Informatie en (sociale) verhouding worden minder afhankelijk daarvan.

Jan van Dijk is een andere invloedrijke auteur en onderzoeker. In zijn boek *The Network Society* (2012) definieert hij de netwerksamenleving als volgt:

> Een moderne samenlevingsvorm met een infrastructuur van sociale- en medianetwerken die de staat van organisatie op elk niveau karakteriseert: individueel, groep/organisatie en maatschappelijk. Netwerken linken in toenemende mate elke eenheid of onderdeel van deze samenleving (individueel, groep en organisatie). In westerse samenlevingen is het aan netwerken verbonden individu het belangrijkste onderdeel van de netwerksamenleving. In oosterse samenlevingen, is dit nog wellicht eerder de groep (familie, gemeenschap, werk) die verbonden is met netwerken

Van Dijk en Castells zijn het er over eens dat een netwerksamenleving een samenlevingsvorm is waarin relaties steeds meer worden georganiseerd in en met medianetwerken die bestaande sociale netwerken geleidelijk vervangen of aanvullen. Er zijn echter wel verschillen. Van Dijk stelt dat: "sociale en medianetwerken vormgeven aan de belangrijkste organisatiewijze en structuren van de moderne maatschappij" (Van Dijk, 2005, p.249). De netwerken zijn niet de maatschappij als zodanig, zoals Castells beweert. Dat is volgens Van Dijk overdreven. Van Dijk vindt dat Castells de voornaamste rol bij de techniek legt: "The basic elements of the network society are not so much networks themselves but individuals, households, groups and organizations linked by these networks" (Van Dijk, 1996, p.24).

Darin Barney onderscheidt in zijn boek *The Network Society* een aantal ontwikkelingen die ten grondslag liggen aan de netwerksamenleving (2004). Ten eerste noemt hij post-industralisatie, de informatiesamenleving, het 'post-fordism' (e.g. flexibile productie-wijzen naar aanleiding van de productiesysteem van autoproducent Henry Ford), het postmodernisme en globalisatie. Volgens Barney verwijst het begrip netwerksamenleving naar twee fundamentele karakteristieken. De eerste naar de aanwezigheid van geraffineerde – digitale – technologie voor netwerkcommunicatie en informatie management en distributietechnologie (Barney, 2004, p.25). Ten tweede stelt hij:

> The second, arguably more intriguing, characteristic of network societies is the reproduction and institutionalization throughout (and between) those societies of networks as the basic form of human organization and relationship across a wide range of social, political and economic configurations and associations (2004, p.25).

Barry Wellman en Keith Hampton concluderen in hun artikel *Living Networked in a Wired World* dat er een paradigmashift heeft plaatsgevonden. Mensen leven niet meer voornamelijk in hun 'little boxes', erg gebonden aan tijd en plaats, maar in een nieuw verbonden samenleving (1999, p.1). In hun visie zijn digitale netwerken de infrastructuur: "When computer networks connect people and organizations, they are the infrastructure of social networks" (Hampton en Wellman, 1999, p.3).

Conclusies

In dit hoofdstuk hebben we het discours van de netwerksamenleving verkend. We hebben gezien waarom netwerken in relatie wordt gebracht tot de samenleving. De infrastructuur werkt in op relaties, waardoor netwerktechnologie de basis creëert voor een netwerksamenleving. De belangrijkste reden dat we in een netwerksamenleving terecht zijn gekomen leven is de ontwikkeling van digitale netwerktechnologie. Deze technologie heeft een aanzienlijke invloed op de sociale, politieke en economische organisatie van organisaties en de samenleving. Sommigen beweren dat het 'de samenleving' zelf is, anderen denken dat het vooral een 'organisatie en structuur' van de samenleving vormt. In het volgende hoofdstuk wordt deze verandering toegepast op de politiek.

Hoofdstuk 2

Politiek en netwerksamenleving

2|1 Inleiding: verticaal vs. horizontaal

De relatie tussen burger en representatieve politiek is in de netwerksamenleving kritieker geworden. Het uitgangspunt hiervan wordt gegeven door prof. Frank Hendriks, hoogleraar vergelijkende bestuurskunde in Tilburg. Hij stelt het volgende: "Dat de representatieve democratie onder druk staat kan over het algemeen worden verklaard uit een discrepantie tussen enerzijds haar institutionele logica, die in grote trekken hiërarchisch is, en anderzijds de institutionele logica van de zich ontwikkelende netwerksamenleving, die in grote trekken niet-hiërarchisch of beperkt-hiërarchisch is" (2002, p.2). In dit hoofdstuk wordt een antwoord gezocht op de vraag wat de gevolgen van de netwerksamenleving zijn voor de politiek zoals we die tot nu toe kennen. In het verlengde daarvan stellen we ons de vraag welke rol sociale media daarin spelen en wat de implicaties van een medialogica zijn voor de representatieve democratie.

2|2 Staat vs. Burgers: het speelveld is veranderd

De dominante organisatiestructuur in onze samenleving zijn netwerken. Netwerken zijn open flexibele systemen waarin individuele deelnemers in staat zijn zich gemakkelijker horizontaal te organiseren rond bepaalde thema's of interesses en minder afhankelijk zijn van gezag van andere personen of instituties (WRR, 2012, p.146). Volgens hoogleraar Bestuurskunde aan de School voor Politiek en Bestuur van de Universiteit van Tilburg, Paul Frissen, zijn er drie belangrijke ontwikkelingen in de netwerksamenleving: *horizontalisering*, *deterritorialisering* en *virtualisering* (2001, p.2). De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling voegt daar *fragmentatie* aan toe (RMO, 2011). Horizontalisering duidt op het feit dat hiërarchie steeds minder automatisch geaccepteerd wordt. Mensen kunnen zich steeds beter en onafhankelijker profileren, andere netwerken bereiken en kennis vergaren die niet langer alleen bij elites aanwezig is (Van Dijk, 2012; Castells, 2009; WRR, 2012; Rob, 2010, Benkler, 2006). Doordat mensen zich via online media horizontaal verbinden zijn ze steeds autonomer geworden. Onze samenleving draait steeds meer om verbonden individuen; een netwerk van individuen (WRR, 2012, p.146). Ten tweede zijn burgers door technische ontwikkelingen van nieuwe media en internet activiteiten veel minder gebonden aan plaats en tijd (Castells, 1996, p.413). Er is sprake van deterritorialisering. Frissen stelt dat de fysieke plek zijn betekenis verliest (2002). Hierdoor wordt het nog moeilijker om een groep te vertegenwoordigen, maar wellicht gemakkelijker om te mobiliseren omdat ze altijd bereikbaar zijn en zich meer door interesse of bewogenheid voor een thema laten leiden. Een voorbeeld daarvan is duurzaamheid. Dit betekent echter nog geen structurele vertegenwoordiging van een groep. Door het internet worden meningen, wereldvisies, normen en waarden nóg meer gefragmenteerd. Mensen zijn individueel

verantwoordelijk voor hun 'levenspalet'. Dit is lastiger te vertegenwoordigen. Volgens Yochai Benkler (2006, p.321) zit hierin het risico van polarisatie, omdat mensen met voornamelijk gelijkgestemden in aanraking komen. Virtualisering, tenslotte, verwijst naar de toename van computer gemedieerde communicatie. Overheidsdiensten worden digitaal geleverd, mensen nemen deel aan online sociale netwerken, communiceren via e-mail, sms of WhatsApp en zoeken informatie op het wereld wijde web .

Mensen hebben toegang tot veel netwerken geformeerd rondom thema's en interesses van mensen (RMO, 2011). Dit heeft positieve kanten, want mensen kunnen zich veel beter ontplooien rondom hun persoonlijke talenten. Ze zijn autonomer geworden: onafhankelijk van tijd en plaats (Frissen, 2002). Tegelijkertijd zorgt het enorme keuzeaanbod niet altijd voor duidelijkheid. De netwerkstructuur heeft ook geen positieve invloed op het traditionele commitment van mensen, omdat er steeds nieuwe opties langs komen. Daarom worden nieuwe betrokkenheidstijlen bedacht.

Belangrijk in deze thesis is de invloed van digitale technologie en de impact op politiek en samenleving. Om met name de impact van online (sociale) media goed te begrijpen is het goed om die in perspectief te zetten met de massasamenleving en de massamedia. De massasamenleving is de tijd waarin individuen veel minder de mogelijkheid hebben om zich individueel te profileren. Media zijn daarin voornamelijk bezig met zenden. Van interactie is nauwelijks sprake. Jan van Dijk definieert de massasamenleving als 'een moderne samenlevingsvorm opgebouwd uit groepen, organisaties en communities die de wijze van organisatie bepaalt op elk niveau (individueel, groep en maatschappelijk) (2012, p.24). De basisonderdelen van deze samenlevingsvorm zijn allerlei relatief grote groepen (massa's) individuen'.

Een massasamenleving is primair opgebouwd uit grote collectieven (Van Dijk, 2012, p.43). De verzuilde samenleving is het grote voorbeeld van zo'n massasamenleving. Hierin geven de collectieven en de groepen mensen zekerheid en overzicht. Het is gebouwd op sterke verbanden van familie en lokale gemeenschappen zoals kerk en vereniging. In de massasamenleving zijn relatief weinig invloedrijke centra: de nationale, de regionale en de lokale overheid, het leger, een aantal belangrijke organisaties, kerk, een aantal culturele instituten en een relatief kleine groep massamedia.

Hoe anders is het in de netwerksamenleving. In een netwerksamenleving wordt het speelveld niet bepaald door een beperkt aantal zenders maar juist door een enorm zenderaanbod (Van der Stoep, 2010, p.106). Interactieve communicatiemiddelen hebben zich de afgelopen twee decennia in rap tempo ontwikkeld. In de communicatie wordt het onderscheid tussen zender en ontvanger minder duidelijk. Het individu staat hierin centraal wat typerend is voor een individualistische tijd. Manuel Castells noemt dit 'mass self-communication' waarin iedere gebruiker of participant zelf een zender is en zelf kan afbakenen wie mogelijke ontvangers zijn (2009, p.55). Het blijft massa communicatie, omdat in potentie een groot publiek kan worden bereikt. Tegelijkertijd is het 'self-communication' omdat het zelf-gegenereerd is als zender en tegelijk geselecteerd wordt als doelgroep en ontvangers. (2009, p.55) Hoe gebruiken veel

mensen ‘self-commmunication’? Van der Stoep zegt het volgende hierover: “Mensen kiezen steeds meer zelf hun netwerken waarin ze willen participeren en ze hechten eraan als er een actieve inbreng van hen verwacht wordt” (Van der Stoep, 2010, p.106). Burgers hebben directe kanalen gekregen, die ze op eigen initiatief, inzetten om betrokken te kunnen zijn. Betrokkenheid wordt daarom op een andere manier georganiseerd. De vraag die relevant is voor deze thesis is, of deze betrokkenheid tot zinnige participatie leidt in de politiek. Of verzandt het dan vaak in een ‘diarree’ aan opinies? De Israëlisch-Amerikaanse professor aan de rechtenfaculteit van Harvard, Yochai Benkler, noemt deze ‘informatie-overload’ in ieder geval een probleem (2006, p.320). Benkler stelt dat kritiek op de democratiserende kracht van internet en mensen die eens stem krijgen een ‘Babel-fenomeen’ vormt: iedereen spreekt, niemand wordt gehoord (Benkler, 2006, p.19).

In de netwerksamenleving is er sprake van een medialogica, zegt de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO, 2011). Vooral massamedia hebben een sturende werking. Na de ontzuiling, waarin elk medium vaak een stroming vertegenwoordigde, hebben media een zelfstandiger rol gekregen. Zij zijn de nieuwe ‘countervailing powers’ (RMO, 2011, p.21). Door de commercialisering van de media is deze sturing nog sterker geworden, maar staat veel in het teken van ‘infotainment’ waaraan je wel mee moet doen als publieke organisatie om de greep op het debat niet te verliezen (Castells, 2009, p.129). Het is een mediawereld waarin hypes een groter effect hebben en de functie heeft van een digitale schandpaal (Vasterman, 2010; Hindman, 2009).

Voor traditionele organisaties, zoals politieke partijen, wordt het steeds moeilijker om een achterban blijvend te binden. Het begrip ‘achterban’ is daarom niet meer van deze tijd, zegt Van der Stoep in een interview. Maar is dat ook zo? Volgens gesprekpartner en journalist Hildebrand Bijleveld kan dat niet zo gezegd worden: “De achterban wordt kleiner, maar ook hun invloed? Welke machten zijn invloedrijker in 2012: die van de oude zuilen (netwerken) of die van de nieuwe media (netwerken). Het eerste, meen ik. Het machtsevenwicht kan veranderen, maar nuchter bekeken is het nog niet zover.”

De diversiteit van de doelgroepen is, mede door online media, erg toegenomen. (Van Dijk, 2012; Benkler, 2006). Mensen conformeerden zich vroeger meer aan de mores van een groep omdat ze weinig keus hadden. De socialistische achterban was relatief homogeen, maar de protestantse, de liberale en de katholieke ook. Dat homogene zat vooral in gedeelde waarden. Doelgroepen zijn nu veel meer vormgegeven rondom interesses, thema’s en leeftijd, etc. Naast het feit dat mensen wel gemakkelijker in contact komen met anderen, zit het verschil vooral in de enorme diversiteit aan groepen en interesses (Benkler, 2006, p.321).

Volgens de Rob is de meerderheid van de mensen te spreken over hoe de democratie wordt vormgegeven, maar niet hoe partijen en politici daar invulling aan geven. Er heerst een vertrouwenscrisis en een gebrek aan draagvlak:

> De verwijdering is ontstaan doordat in de samenleving gezagsverhoudingen wegvielen en mondige burgers deel zijn gaan uitmaken van horizontale netwerken,

> terwijl het politieke bestuur bleef functioneren als vanouds: langs verticale, hiërarchische lijnen (Rob, 2010, p.7).

De vertrouwenscrisis is herkenbaar. De online reacties onder nieuwsberichten tonen het gebrek aan vertrouwen in politieke partijen en politici. De slecht-nieuwsberichten in combinatie met hoge verwachtingen zijn volgens de WRR belangrijke factoren in de vertrouwenscrisis (WRR, 2012, p.37). De gezagsverhoudingen zijn veranderd in de afgelopen twee decennia. Autoriteit van ambt of functie moet nu meer door eigen vaardigheden worden verworven en behouden. Door individualisering denken mensen vaker ergens recht op te hebben Ze hebben geen samenhangende verzameling van meningen en onvrede wordt sterker geuit (WRR, 2010, p.9). De kanalen hiervoor zijn er ook. De media dragen bij aan de kwetsbare beeldvorming, die als basis voor opinies dient. Een enkele misstap heeft maatschappelijke ophef tot gevolg (Vasterman, 2009, p.120). De media zijn gericht op sensatie. Xandra Schutte, hoofdredacteur van *De Groene Amsterdammer* zegt hierover: "Dat georganiseerde wantrouwen, gecombineerd met de hevige concurrentiestrijd tussen de verschillende kranten en tv-programma's hebben de media een monster gemaakt met onstilbare honger naar conflict, schandaal, ruzies, rellen en mislukkingen." (Rob, 2010, p.11) Peter Vasterman, mediasocioloog aan de UvA zegt in zijn artikel *De Digitale Schandpaal* het volgende: "Het publicitaire speelveld waarbinnen affaires en schandalen zich afspelen is nog steeds aan het veranderen. Was het schandaal vroeger het domein van de professionele journalistiek en massamedia, tegenwoordig zijn er tal van nieuwe spelers bijgekomen die dankzij internet in staat zijn om onthullingen te doen, mensen aan te klagen of de publieke verontwaardiging een stem te geven." (2009, p.119). De opkomst van interactieve websites (Web 2.0) wordt door Vasterman als belangrijke katalysator genoemd (2009, p.122). De keerzijde van online sociaal commentaar is dat zelfcorrigerend gedrag vaak ontbreekt en dat mensen hun mening vaak heel scherp neerzetten om op te vallen, zegt Vasterman (2009, p.123).

Een conclusie die we uit deze paragraaf kunnen trekken is, dat beeldvorming een belangrijke machtsbasis vormt in een gehorizontaliseerde maatschappij door haar online media.

2|3 Internet, politiek en democratie

Het is een debat tussen Orwell en Athene: tussen pessimistische sceptici en optimistische utopisten. Zo wordt gekeken naar de technische en sociaal-maatschappelijke veranderingen. De ware aard van mensen komt hier naar boven: zien mensen de ongekende mogelijkheden van de vooruitgang of wordt er meer gekeken naar de risico's en gevaren van de snelle veranderingen. Van Donk en Tops vatten deze ontwikkelingen samen in 'Orwell of Athene' (1992). Athene staat in dit geval voor groot optimisme en een directe democratie. Daar tegenover staat George Orwell die in zijn boek *1984* het beeld schetst van een overheid die met nieuwe technologie mensen beheerst en die niets wil weten van enige burgerparticipatie.

Na de komst van Web 2.0-platformen[4] ontstond de visie dat internet van nature een democratisch instrument is. Deze gedachte is niet nieuw in de geschiedenis:

> It is not the first time in modern history that such a view comes forward when a new medium appears. Dispersed electrical power, the telegraph, the telephone, radio, television, the VCR an cable (TV); all of them were once seen as media with a democratic potential that would end wars and dictatorships and usher in a an era of freedom (Evgeny Morozov, 2011).

De invloed van internet heeft écht voor grote veranderingen gezorgd. Er zijn veel meer zenders. Interactie staat centraal (Rob, 2012; Castells, 2009; Van der Stoep, 2010). Door middel van internet hebben burgers de mogelijkheid hun stem te laten horen, politici kunnen massamedia (televisie en radio) omzeilen en, dat is de populaire visie, internet is een instrument voor democratie (Van Dijk, 2012, p.98). Internet, en specifiek de interactiemogelijkheden van Web 2.0, hebben invloed op het publieke debat. Online media bieden instrumenten om een actieve rol te spelen in actieve debatten, om te protesteren, onderwerpen te agenderen en anderen te mobiliseren (RMO, 2011, p.13). Iedereen kan zijn mening uiten en er zijn heel veel ontmoetingsplekken waar persoonlijke, maatschappelijke en politieke kwesties worden besproken. Er is een veel meer gevarieerde inbreng in het medialandschap ontstaan (2011, p.14). Een belangrijke theorie is *The Long Tail* (Anderson, 2004) en verwijst naar een relatief kleine groep kenners die het grootste deel van de kennis, opinies en ideeën leveren aan een lange 'staart' (zie afbeelding) van mensen die via internet ook hun ideeën kunnen tentoonspreiden. Volgens Chris Anderson, hoofdredacteur van het nieuwe media vakblad *Wired*, is deze lange staartgroep tezamen bijna net zo invloedrijk als de kleine groep kenners.



Is het dan allemaal utopisch? Nee. Online politieke participatie heeft veel beperkingen. Van Dijk stelt dat de enthousiastelingen voor het internet als een democratisch gereedschap zo gefocust zijn op de veronderstelde geweldige eigenschappen, maar dat ze daardoor de gebruikers, het gebruik en de sociale en politieke context helemaal vergeten (2012, p.109). Ze hebben alleen een instrumentalistische blik op technologie, zegt schrijver van het boek *The Net Delusion*, Evgeny Morozov (2011). De online politieke betrokkenheid is, afgezien van een groter bereik van informatie, heel klein vergeleken met het totale internetgebruik, zegt Matthew Hindman, schrijver van het boek *The Myth of Digital Democracy* (2009, p.131). Niet naar iedereen wordt geluisterd, want er ontstaan nieuwe opiniemakers die veel online verkeer genereren. Er is

sprake van een 'powerlaw' waarin zogenaamde hubs ontstaan rondom zenders met de meeste autoriteit (Barabasi, 2002). Zij trekken veruit de meeste aandacht en worden daardoor invloedrijke knooppunten. Door het verschijnsel 'preferential attachment' worden daarna nog meer mensen naar deze hubs getrokken (Barabasi, 2002). De 'gewone man' wordt haast niet gehoord (Hindman, 2009, p.142). Daarom gaat volgens Hindman *The Long Tail* in de politiek niet helemaal op. Er is maar een kleine groep media en opiniemakers die echt autoriteit heeft en het beste geïnformeerd is (2009, p.133). Daarnaast gaat er onevenredig veel aandacht uit naar schreeuwers die met provocerend taalgebruik en dito beelden de aandacht van mensen weten te trekken (RMO, 2011, p.14). Online uitbreiding van hun bereik wordt door dezelfde factoren belemmerd als in het echte leven: macht, weinig interesse en verruwing weerhouden veel mensen ervan om actief en structureel te participeren: "Most use is still relatively passive and already politically-motivated elites may be the active users. That the Internet is a direct medium does not mean that a system of direct democracy can easily built on it" (Van Dijk, 2012, p.109). De opvatting van Van Dijk wordt gestaafd door het herhaalde onderzoek van de Radboud Universiteit Nijmegen naar de invloed van het gebruik van sociale media op de nationale verkiezingen 2010 en 2012. In beide gevallen stellen de onderzoekers dat er een marginaal, maar significant effect is. De directe invloed is marginaal gemeten naar zetelwinst, maar het is significant gemeten naar versterking van imago's en persoonlijke verantwoording van kandidaat-politici (Spierings en Jacobs, 2012).

Gesprekspartner Chris Aalberts relativeert de invloed van online politieke participatie omdat 90% van de mensen zich niet interesseert in het politieke domein zolang het niet de eigen portemonnee raakt en zolang er geen dictatuur of oorlog komt. "Dan kun je wel allemaal websites maken met allemaal toegankelijke politieke informatie. Maar als mensen geen drang hebben om het te consumeren. So what?" Burgers hebben geen inzicht in alle zaken of onvoldoende kennis om goed te participeren, zegt Aalberts. "Als mensen zeggen dat iets belangrijk is, dan betekent dat meestal niks. Jongeren die ongeïnteresseerd zijn in politiek zeggen meestal dat politiek heel belangrijk is. Niet voor hun zelf. Als we zeggen dat we Europa heel belangrijk vinden, zeggen we eigenlijk dat Europa er is en dat we het accepteren. Maar het doet ons niks. Burgerparticipatie? Heel belangrijk! Want wie is er tegen de participatie van de burger? Wij doen daar niets mee. Er zit helemaal geen actieve wens achter" De volksvertegenwoordiger moet vooral snappen wat mensen belangrijk vinden en daarvoor is online directe democratie niet perse nodig, stelt Aalberts.

Volgens Hildebrand Bijleveld is alleen het gebruik van televisie, radio en internet te egalitair. Hierin schuilt een risico. "Dan lees je bijvoorbeeld na een mislukt verkiezingsspotje van het CDA: "Mooi Haersma Buma, nu weet ik zeker dat u de afgrond in gaat". In een platte internetsamenleving krijg je zulke dingen. Deze nieuwe vorm van volkssoevereiniteit werkt de democratie volgens Bijleveld juist tegen: "In een parlementaire democratie heb je een open debat waarin mensen zich verantwoorden. Op internet roepen de twitteraars maar wat. Ieder argument wordt overschreeuwd door mensen die de ballen verstand ervan hebben, maar zich

niet hoeven te verantwoorden. Maar ze zijn voor het publiek de gelijken van de politici: egalitair."

Dit wil niet zeggen dat internet geen krachtig 'countervailing' instrument is voor burgers (Castells, 2007). Er is een grote groep mensen die latent invloed heeft op politiek en democratie. Als het mensen interesseert kunnen gefragmenteerde groepen opeens een massaal tegengeluid laten horen. "Kwesties op het internet kunnen sluimeren en ogenschijnlijk uit het niets belangrijk worden," zegt de RMO (2011, p.37). Ze noemen dit een 'veenbrandstructuur'. Dit is een nieuw fenomeen: politieke partijen en overheden zijn zich nog niet genoeg bewust van sluimerende zaken in de samenleving die via het web te ontdekken zijn (2011, p.38). Een praktijkvoorbeeld komt uit Overijssel: Op de MBO scholengemeenschap Deltion in Zwolle, is er een voortdurende monitoring van tweets en SMS'sjes van leerlingen om bepaalde uitingen en gedragingen van leerlingen vroegtijdig te ondervangen en er op te reageren[5]. Daar is een geweldsdreiging in de kiem gesmoord.

Een andere conclusie die Van Dijk trekt is dat initiatieven die worden ontplooid door burgers beter tot hun recht komen dan overheidsinitiatieven (2012, p.117). Dat duidt meer op een behoefte vanuit het volk en het eigen initiatief. Castells zegt hierover: "The emergence of mass self-communication offers an extraordinary medium for social movements and rebellious individuals to build their atonomy and confront the institutions of society in their own terms and around their own projects" (Castells, 2007, p.249). Het is wellicht eerder een kunst om te ontdekken wat er speelt en hier mogelijk bij aan te sluiten. Dit sluit aan op het concept de 'publieke sfeer', oorspronkelijk van de Duitse filosoof Jürgen Habermas: Uit het oogpunt dat deliberatieve democratie nodig is en er discussie moet zijn is het goed dat burgers onafhankelijke plekken hebben om te praten. Mensen kunnen nu individueel participeren in de publieke sfeer (Benkler, 2006, p.19). "Betrokkenheid vraagt dat burgers met elkaar in discussie gaan", zegt Hindman (2009, p.7). Dit is ook een gegeven waar de politiek op kan aansluiten door hun (online) oor te luisteren te leggen. "Wat politici moeten doen is luisteren met hun oren", zegt Aalberts. "Dat is anders dan iets doen. Als je zegt luisteren, denken ze meteen dat ze er iets mee moeten doen. Je moet luisteren, en dan moet je niet denken 'wat vinden de mensen', maar dan moet je denken: hoor ik iets dat informatie oplevert waar ik iets mee kan." Mensen die in de zorg werken weten precies waar op bezuinigd moet worden. Mensen die in achterstandswijken wonen weten precies wat het probleem is. De vraag is of politici het horen. Het gaat over jezelf zien als vertegenwoordiger van de mensen, zegt Aalberts. Het moet niet zoals het '100 dagen luisteren project van Balkenende III'. Richard Engefriet en Herman de Regt, auteurs van het boek *Verkeerd Verbonden; hoe Nederland verzuimt problemen op te lossen*, zeggen het volgende hierover: "Hoe sympathiek ook, het kabinet heeft 100 dagen naar de verkeerde mensen geluisterd"[6]. Zij stellen voor om te luisteren naar de experts uit bevolkingsgroepen die verstand ergens van hebben en een genuanceerd beeld kunnen schetsen.

Concluderend kunnen we stellen dat er vooral veel invloed zit in burgers die door gebruik van internet en sociale media zelf initiatieven kunnen ontplooien die in potentie een groot bereik hebben en aanzienlijke mobilisatie kunnen veroorzaken. Hierdoor kan in potentie veel invloed

worden uitgeoefend. Voor de politiek is het de kunst om deze 'grassroots'[7] initiatieven op waarde te schatten en waar mogelijk te luisteren of om zelf bij aan te sluiten. Op lokaal niveau is er wellicht een directere vorm van democratie mogelijk. Internet en sociale media kunnen daar worden gebruikt voor betrokkenheid bij agenda-setting, beleidsvoorbereiding, beleidsuitvoering en beleidsevaluatie, zoals Jan van Dijk stelt in zijn boek *The Network Society* (2012, p.181).

2|4 De netwerkburger

Verschillende soorten van maatschappelijke participaties zijn veranderd: de nadruk is verlegd van institutionele naar individuele participatie en van fysieke (persoonlijke) naar gemedieerde (onpersoonlijke) participatie. Deze trend ging vooraf aan de komst van het Internet. Internet heeft deze ontwikkeling versterkt (Van Dijk, 2012, p.191). Lid worden van een politieke partij, vrijwillig werken en bijeenkomsten bezoeken worden anders vormgegeven in de netwerksamenleving. Persoonlijke eigenschappen, interesses en belangen zijn leidend in plaats van groepsidentiteiten waar men al het hele leven achter staat. Ze benaderen maatschappelijke organisaties op een functionele manier vanuit hun eigen visie en interesse. De deelnemers worden geen lid, maar maken geld over naar een doel als ze zich voelen aangesproken. Ondertussen blijven mensen via de massa media op de hoogte van wat er gebeurt met organisaties. De burgers zijn beter geïnformeerd, wisselen informatie uit en discussiëren over bijvoorbeeld de politieke partij als nooit tevoren. De nieuwe generatie wil graag helpen en vrijwilligers werk doen, maar wel meer op eigen voorwaarden. Commitment voor langere tijd schrikt steeds vaker af in een wereld waar veel keuzes zijn en de tijd gering (WRR, 2012, p.166). Dat is het gedrag van de netwerkburger. Wat hem drijft is het uitgangspunt in een netwerkmaatschappij van een gemeenschappelijk gevoeld eigendom met een gedeelde visie en verantwoordelijkheid. Het gaat minder om plicht (Spangenberg en Lampert, 2011, p.181). Iedereen is uniek en mensen mogen best afwijkend gedrag vertonen, zolang ze maar ergens aan bijdragen (Spangenberg en Lampert, 2011, p.145). Als er geen loyaliteit meer gevoeld wordt is men weg. Single-issue-bewegingen doen het vaak goed. "Horizontale netwerken van kleine clusters ontwikkelen slagkracht door de aanhang die ze per keer voor eenmalige (single-events) manifestaties weten te werven (2012, p.168). Schudson noemt ze 'burgers in wachtstand' (1998, p.311). Mensen zijn meer betrokken en ze hebben meer (bereikbare) kennis. Politiek actieve jongeren kunnen ook gemakkelijk weer wisselen van cluster. Een voorheen zeer actief cluster kan daardoor 'droogvallen' (Olsson, 2008 geciteerd in: WRR, 2012, p.148).

Het is, zoals eerder beschreven, voor partijen steeds moeilijker zich op te werpen als vertegenwoordigers van een specifieke doelgroep met een homogene identiteit. Mensen binden zich ook minder aan een specifieke set van waarden. Daarom moet er meer op verschillende doelgroepen worden ingespeeld. Niet op iedereen. Mensen maken zich niet uit gewoonte deel van jouw ideaal, maar maken doelbewuste keuzes of het bij hun leven past (Van der Stoep, 2011, p.109) De nadruk daarbij ligt op betrokkenheid en motivatie.

Hildebrand Bijleveld komt met een historisch perspectief over betrokkenheid tijdens de verzuiling, de massasamenleving die in contrast wordt gezet met de netwerksamenleving in deze

thesis: "Tijdens de verzuiling werden de kleine luyden, de gewone man geëmancipeerd en men leerde ongeacht afkomst mee te doen in raden, staten en in de Tweede Kamer. Er werd niet zomaar geluisterd naar de elite, maar verhit gediscussieerd, eerst binnen de zuilen en daarna er buiten: de polarisatiepolitiek. Er was een grote deelname aan politieke actie, onafhankelijk Ned-Indie, kruisrakketten, abortus, euthanasie, asbest gebruik, tegen inpolderen Wad, apartheid, Wet Gelijke Behandeling. Mensen wisten meer waar ze het over hadden, in tegenstelling tot nu waar je op internet de domste discussies door columnisten gevoed ziet langskomen. Maar die kletskoek draagt wel bij aan de beeldvorming". Toch liet de samenleving zich meer vertegenwoordigen door de elites. Dat veranderde.

Door de zoektocht naar nieuwe structuren en de groeiende technische interactie mogelijkheden kwam het verlangen naar participatie steeds centraler te staan. (WRR, 2012, p.31). De duidelijke structuren zijn veelal wegegevallen, er is een grote migratie en mensen kunnen gemakkelijk nieuwe verbanden aangaan. Daar hebben ze een uitgebreide menukaart van betrokkenheidsaanbod. Volgens Hildebrand Bijleveld zijn de verbanden, zoals verenigingen en familiestructuren, er zeker nog. Mensen willen zich heel graag verbinden. Maar het verband, moet wel substantie hebben.

Er zit potentie in betrokkenheid bij een verband. In dit geval een politieke partij. Volgens de Rob moeten er ook nieuwe manieren worden bedacht die beter passen bij deze tijd. Mensen (tijdelijk) binden rondom bepaalde thema's bijvoorbeeld. De belangrijkste reden die ze daarvoor geeft is de brede betrokkenheid van mensen. "Mensen herkennen zich niet meer volledig in één vakbond, belangenvereniging, ontwikkelingsorganisatie, kerk of politieke partij" (Rob, 2012, p.49). In een gesprek wordt dit benadrukt door Rien Fraanje. Dit heeft vergaande gevolgen voor een politieke partij, omdat er dan ook minder competente mensen komen. Politieke interesse wordt anders geuit. Het maatschappelijke debat over politieke onderwerpen vindt grotendeels plaats op de knooppunten van (digitale) netwerken met een specifiek thema als bindend onderwerp" (Rob, 2012, p.50). Partijlidmaatschappen voor een vast bedrag met een ledenblad en stemrecht is niet meer van deze tijd, meent de Rob. In plaats daarvan kunnen burgers knooppunten in netwerken opzoeken en mensen op thema's of speciale acties en evenementen binden. Ze noemen dit 'knooppuntdemocratie'.

2|5 Sociale media & politiek

Veel politici twitteren. Politieke partijen proberen netwerken om zich heen te formeren op Facebook en Hyves en activiteiten worden op YouTube gezet. Het is duidelijk: sociale media hebben de afgelopen jaren hun plek veroverd in de politiek en ze worden steeds belangrijker. Met sociale media kunnen politici en partijen zonder tussenkomst van journalisten communiceren. Ze hebben, ongeacht of ze de kracht van de media optimaal gebruiken, een eigen ongecensureerde stem gekregen. Deze paragraaf onderzoekt de opkomst en de eigenschappen van sociale media.

Sociale netwerken kunnen individueel of collectief zijn. Het individu stuurt berichten naar anderen zonder vaak iets terug te krijgen. Collectief ligt de focus op het samendoen.

Voorbeelden daarvan zijn forums over gemeenschappelijke projecten of collectieve kennisnetwerken zoals Wikipedia. Boyd en Ellison definiëren sociale media als volgt:

> Web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system (2007)

De Raad voor het Openbaar Bestuur stelt tenslotte in het rapport *In gesprek of verkeerd verbonden* (2012) dat sociale media "online platforms zijn waar gebruikers – zonder of met weinig tussenkomst van een professionele redactie - de inhoud verzorgen via onderlinge dialoog en interactie" (2012, p.7).

Sociale media zijn een goede afspiegeling van de netwerksamenleving. Er zit een enorme sociale drive in mensen om sociaal te zijn en om kennis en ervaringen met elkaar te delen, nieuwe connecties te maken en zich te organiseren. Van Dijk noemt dit 'network individualization' (2012, p.181). Dat is een andere term dan die van Wellman (2000) en Castells (2001). Zij noemen het 'network individualism'. Volgens Van Dijk heeft dit een te negatieve connotatie, omdat volgens hem de drive van het delen met anderen sterk is. Het draait volgens hem wel om het sociale aspect, maar network individualization laat wel zien dat het individu de belangrijkste factor is geworden. In online sociale netwerken draait het voornamelijk om het autonome individu en minder om het onderdeel van een groep zijn. Het proces van individualisering is van voor de komst van sociale media, maar blijft een versterkende factor op deze individualisatie. "Networks are the social counterpart of individualization. Using them, the individual creates a very mobile lifestyle and a criss-cross of geographically dispersed relations" (Van Dijk, 2012, p.182)

Naast de traditionele informatiebronnen kunnen mensen elkaar nu veel gemakkelijker informeren door de digitale netwerken (Van Dijk, 2012, p.187). Horizontale communicatiestromen zijn niet goed beheersbaar. Het enige wat een organisatie kan doen is zichzelf als netwerkpartner zien en zich richten op goede eigen communicatie in het horizontaal georiënteerde netwerk (Rob, 2012). Volgens Jan van Dijk (2012) ligt de kracht van sociale media voor democratische landen als Nederland bij het volgende: "They might be so wise as to benefit from the information and marketing potential of the social media" In de volgende paragraaf wordt een inventarisatie gemaakt van de mogelijkheden.

De Rob (2012, p.7) onderscheidt vier vormen van sociale media: **1) Sociale netwerken:** persoonlijke en/of zakelijke contacten. Voorbeelden hiervan zijn Facebook, Hyves, LinkedIn en forums over specifieke onderwerpen **2) Sociale redactionele media**: er wordt content door een redactie geplaatst en bezoekers reageren hierop. Voorbeelden zijn de krantenwebsites, Geenstijl.nl en Joop.nl **3) Weblogs:** vaak chronologisch geplaatste berichten van een redactie of een individu. **4) Microblogs:** korte berichten die in een netwerk van volgers worden gepusht. Het bekendste en meest relevante voorbeeld hiervan is Twitter.

"Zij kunnen sociale media inzetten om de verbinding te zoeken met de gehorizontaliseerde publieke ruimte", zegt de Rob (2012, p.8). Op dit moment worden sociale media door veel politieke partijen vooral ingezet om te informeren: het zenden van standpunten en het meedelen van geplande of gevolgde activiteiten (2012, p.8). Sociale media van politieke partijen zijn nauwelijks ingericht op interactiviteit en politici geven hier geen prioriteit aan. Daar hebben ze ook geen tijd voor, zegt CDA Tweede Kamerlid Ger Koopmans.

De potentie van sociale media gaat verder dan alleen informeren. Hieronder maken we een inventarisatie daarvan. Als referentiekader gebruiken we hiervoor het participatiemodel van Edelenbos en Monnikhof, gebaseerd op het participatiemodel van Arnstein (Rob, 2012, p.16):

Informeren Het politieke bestuur neemt besluiten en informeert de burger daarover. Daarmee kan betrokkenheid en draagvlak worden gecreëerd. De vraag is om dit zo effectief mogelijk vorm te geven. Veel politici hebben een twitteraccount, een eigen website of een Facebook-account. Ook zetten politieke partijen vaak YouTube in om hun standpuntvideo's te verspreiden en hebben ze een blog om standpunten toe te lichten. Wat volgens de Rob (2012, p.21) opvalt is dat politici sociale redactionele media links laten liggen.
Consulteren en adviseren De politieke partij bepaalt de agenda, maar ze consulteert het publiek bij beleids- en besluitvorming. Het politieke bestuur blijft de beslissingen nemen. Een Kamerlid dat via Facebook of Twitter een oproep doet om input aan te leveren voor zijn inbreng in het debat is een zeldzaamheid. Politieke partij D66 is hier een positieve uitzondering op. Zij hebben al een aantal maal een Twitterspreekuur georganiseerd[8]. Op lokaal niveau kan dit wellicht nog georganiseerder.
Co-creëren en meebeslissen Het politieke bestuur betrekt belanghebbenden bij het opstellen van de agenda en het oplossen. Het CDA heeft hier al positieve ervaring mee. Oud-partijvoorzitter Marnix van Rij lanceerde na zijn aantreden in 1999 de 'competitie van ideeën'[9]. Twintigduizend mensen hebben toen via het internet hun zegje gedaan. Dat leverde tweeduizend ideeën op, die in tien focusgroepen ter discussie stonden. Het werd een groot succes. Decentrale overheden hebben dit volgens de Rob vaak beter begrepen.
Zelfsturing De politieke partij dient bij dit thema meer als adviseur/meedenker voor mensen die zelf tot een probleemoplossing kunnen komen. Zijn sociale media hier geschikt voor? Het kenmerk van zelfsturing is dat het vaak gaat om particuliere initiatieven die buiten de politiek omgaan. De vraag is of de gevestigde politieke partijen in een representatieve democratie dit serieus nemen. Een voorbeeld is het zogenaamde Slangenburgberaad. Na de, voor het CDA, dramatische verlopen verkiezingen werd dit beraad opgericht uit bezorgdheid over de toekomst van de partij. Dit gebeurde eerst via LinkedIn[10]. Daarna ging het initiatief over naar het toegankelijkere Christendemocraat.nl[11]

Hierboven gingen we in op de kansen van sociale media. Het massale gebruik van sociale media brengt naast deze kansen ook risico's mee. Twee van deze risico's worden hieronder beschreven.

Das Gesundes Folksemfinden

In het feit dat iedereen een stem heeft en dat deze teneur hiervan machtig is, is bekend van het fenomeen 'Das Gesundes Folksempfinden'. 'De wil van het volk' wordt tot strafrechtelijke norm. Niet wat formeel was vastgelegd, maar wat tegen (niet-gedefinieerde) gezonde opvattingen van het volk ingaat wordt verwerpelijk of zelfs strafbaar. Hannah Arendt betoogt dat de verliezers (in haar tijd de joden), weerloos mikpunt worden. In commentaren in sociale media in de 21-ste eeuw wordt ook hard 'ingehakt' op de 'verliezers' en de 'onderliggende' partijen. Dat is in bepaalde zin een replica. In augustus 2012 krijgt SGP-leider Kees van der Staaij de volle laag nadat hij had bevestigd dat er relatief weinig vrouwen zwanger worden door gewelddadige verkrachtingen. Hij bleef ook in die gevallen tegen abortus. Een storm van negatieve reacties kwam los. Hij zou de liberale samenleving aantasten. De reacties waren soms extreem, niet gespeend van kennis van recht en autoriteit:



Waarheidsvinding

Waarheidsvinding is verdwenen. "Er zijn nieuwe vragen ontstaan over de kwaliteit en betrouwbaarheid" (Rob, 2011, p.37). Opinies worden vaak als feiten gepresenteerd in online media.

Conclusies

In de eerste paragraaf hebben we gezien hoe het politieke en maatschappelijke speelveld is veranderd door de ontwikkelingen van de media. Mass self-communication, zoals Manuel Castells dit noemt, heeft een grote impact op de verhouding tussen politiek en burger. In de netwerksamenleving zijn er veel zenders. Toch vragen online media geen directe democratie. Wel zijn burgers een aanzienlijke 'countervailing power'. Dit uit zich voornamelijk in een massaal (tegen)geluid of in zelf-ontplooide online initiatieven. In een 'Post-Fact' samenleving is het is het belangrijk om te communiceren met waarden (Cross, 2011). Wie ben je en wat kun je betekenen voor de samenleving? Een samenleving die georganiseerd is in netwerken heeft negatieve invloed op traditionele betrokkenheid. Daarom moeten er nieuwe betrokkenheidstijlen gezocht worden, wil een partij maatschappelijk relevant en representatief blijven. Tenslotte hebben we de rol van sociale media bekeken. Hierin hebben we gezien dat er positieve punten (draagvlak en betrokkenheid verbeteren) en negatieve punten ('de wil van het volk' die soms te dwingende stem heeft en het gebrek aan waarheidsvinding) zijn.

Hoofdstuk 3

Netwerkstrategie

3|1 Inleiding: online politiek vergt vaardigheden

Sociale media sorteren effect afhankelijk van de manier waarop ze gebruikt worden. Eerder in de thesis hebben we al gezien dat de digitale netwerksamenleving directe gevolgen heeft voor de politiek. Macht en autoriteit zijn in die omgeving immers relatief en kwetsbaar. Tegelijkertijd hebben politieke partijen en individuele politici ook in potentie krachtige instrumenten in handen gekregen. Ze kunnen online netwerken om zich heen creëren met voordelen zoals een grote verspreidingssnelheid en een potentieel groot bereik. Volgens prof. Frank Hendriks, hoogleraar vergelijkende bestuurskunde in Tilburg, is het niet gemakkelijk voor traditionele politici om zich horizontaal te verbinden: "In de netwerksamenleving is status incongruentie een welhaast onvermijdelijk probleem van de politicus. De logica van het staatsrecht, de formele benadering van de representatieve democratie, tilt de politicus op een voetstuk - de logica van de gehorizontaliseerde netwerksamenleving neemt het voetstuk onder de politicus weer weg" (Hendriks, 2002, p.8). De centrale vraag in dit hoofdstuk is welke aspecten van digitale netwerken strategisch en effectief zijn voor politieke partijen en politici.

3|2 Instrument vs. gebruiker

Met online sociale netwerken hebben politici en politieke partijen instrumenten in handen waarmee ze op een directe manier kunnen communiceren. Maar hebben deze instrumenten zelf ook macht? De instrumenten lijken soms belangrijker dan degene die ermee werkt. Publicist en filosoof Hans Schnitzler[12] zet hier vraagtekens bij:

> De kracht van een instrument is altijd afhankelijk van de vaardigheid van de gebruiker, maar dat geldt niet voor de macht. Voor macht is, zoals al eeuwenlang blijkt, niets anders nodig dan de samenkomst van mensen. Macht hoeft zich nergens van te bedienen, heeft geen instrumenten nodig, slechts de volharding en opofferingsgezindheid van de menigte op straat bepaalt de werkelijkheid van de macht".

In dit kader zijn instrumenten wat ze zijn: instrumenten. Hoewel het soms lijkt alsof online netwerken agency (handelingsvermogen of capaciteit om te handelen) in zichzelf hebben, gaat dat niet op. Ze krijgen pas agency door de manier waarop mensen ermee werken. Hannah Arendt, die al eerder aangehaald is in deze thesis, zegt dat macht ontstaat 'wanneer mensen samenkomen en eensgezind handelen'. Bezitten sociale media dan helemaal geen macht?

Volgens universitair docent aan de universiteit van Utrecht, Marianne van de Boomen ligt het genuanceerder[13]:

> Hannah Arendt lokaliseerde macht in het samenkomen en eensgezind handelen van mensen, maar macht kent vele gezichten en uitingen. De filosoof Foucault liet zien dat moderne macht vooral werkt via kennistechnieken en instituties. Macht is geen ding of eigenschap die je kunt bezitten, maar iets dat uitgeoefend en permanent uitgedaagd wordt. Met alle middelen, media en technologie die voor handen is.

Dit duidt op een wisselwerking tussen mens en instrument. Sociale media zijn in zichzelf niet machtig, maar kunnen door goed gebruik machtig worden. In dit geval is dat de burger of de politieke vertegenwoordiger.

Via online sociale media zijn politici of andere gebruikers in staat om meningen, gedachten en elke andere boodschap die ze willen zonder redactie of 'gatekeepers' te communiceren (Cross, 2011, p.140). Gedistribueerde netwerken zijn een derde verschijningsvorm naast gecentraliseerde netwerken en decentrale netwerken. Deze vorm heeft geen officieel centrum en geen centrale autoriteit (Castells, 2010). Echter, er kan wel gesproken worden over hiërarchie. Deze hiërarchie staan niet vast in het hele netwerk, maar wel in de verbonden clusters. De Franse filosoof Gilles Deleuze geeft een goede metafoor hiervoor: "Individuals are always going from one closed site to another, each with its own laws: family, school, factory, hospital from time to time and maybe prison. (Deleuze, 1995, p.177). In sociale netwerken worden verschillende netwerken van mensen gecombineerd. 'Networked individuals' bouwen hun eigen digitale netwerk gebaseerd op offline contacten, projecten, interesses, waarden en affiniteiten. Je moet echt wat melden willen mensen jou gaan volgen, je autoriteit verlenen en je waarderen in een netwerk. Je moet opvallen. Akshay Java *et al.* constateerde al dat de meeste posts 'zinloos gebabbel' zijn (2007). Volgens Matthieu O'Neill, auteur van een boek *Cyberchiefs: autonomy and authority in online tribes* is charisma het belangrijkste middel om gezag te krijgen in een gedistribueerd netwerk zoals online sociale media. Daardoor willen mensen jou volgen en je serieus nemen. Charisma kan worden omschreven als mensen met een 'persoonlijke aantrekkingskracht' (2009, p.37). Coté en Pybus omschrijven dit als 'immateriële arbeid' (2007, p.88). O'Neill maakt een onderscheid tussen twee soorten sociale macht, gebaseerd op Max Webers ideaaltypen van autoriteit (1946). Ten eerste is dat soevereine macht. Deze vorm is gebaseerd op de collectieve wil van de groep. Ten tweede noemt hij meritocratische macht. Hier vormen persoonlijke vaardigheden de grondslag. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de tweede vorm en deze wordt 'charismatische invloed' genoemd. Interessant is dat dit een eigenschap is die niet alleen in digitale netwerken essentieel is, maar ook offline nu politici zich veel meer op hun charisma moeten laten gelden. Volgens Frissen is het proces belangrijker dan de inhoud geworden. "Regeren moet een kwestie van vorm en stijl zijn". Dat betekent dat er meer nadruk ligt op charisma, de verpakking, in plaats van de politieke inhoud ervan (2002, p.2-4). Het gaat dus verder dan alleen expertise over een vakgebied. In dit hoofdstuk wordt betoogd dat

netwerkcharisma een belangrijk middel is om autoriteit (volgers en gezag) te verkrijgen in, in de basis, relatief waardevrije netwerken zoals Twitter en Facebook. Uiteraard speelt de autoriteit van de persoon in het offline leven ook een grote rol. Zeker voor politici. Maar wil de politicus een bepaalde autoriteit verbreden een sociaal netwerk dan zal hij of zij moeten voldoen aan een aantal facetten. "Autoriteit is gebaseerd op het vermogen om anderen te overtuigen om te volgen" (O'Neill, 2009, p.46). Michael Sijbom, burgemeester van Losser stelt dat er een aantal facetten nodig zijn om effectief te communiceren via netwerken: *informeren, mobiliseren, feedback en fun*. Robert Chialdini, psycholoog en schrijver van het boek *Influence* (2009), zegt dat goede verkopers van een boodschap, voordat ze de boodschap verkopen eerst de aarde moeten bewerken als een landbouwer. Wees ‘down to earth’ in een digitale netwerksamenleving.

3|4 Likes, volgers en vrienden

Sociaal kapitaal is belangrijk in een samenleving gedomineerd door netwerken. Op online sociale netwerken kun je relatief gemakkelijk met mensen in verbinding komen en een groot bereik creëren voor een boodschap. In deze paragraaf wordt inzicht gegeven in een mechanisme dat nodig is om een online netwerk goed te ontwikkelen en te onderhouden.

Om mensen via een netwerk aan je te binden, moet je erin investeren. Een voorbeeld om je netwerk te versterken is om ‘speltechnieken’ te gebruiken. In het huidige discours wordt dit ‘gamification’ genoemd. Gamification houdt in dat bedrijven en organisaties hun inspiratie halen uit spelmechanismen die bijvoorbeeld in videogames gebruikt worden om mensen betrokken te houden. Sebastian Deterning et al (2011) definiëren gamification als “the use of game design elements in non-game contexts”. Het wordt vaak marketingtechnisch ingezet als beloning- en reputatiesysteem. Het CDA is een goed voorbeeld van de inzet hiervan. Jan-Peter Balkende heeft Hyves op deze manier gebruikt toen hij een competitie aanging met een DJ van radiostation Caz[14]zijn Hyves-profiel als crowdsource medium te gebruiken waardoor anderen ook vrienden wilden worden met hem. Michael Sijbom bedenkt als burgemeester regelmatig acties. Hier gaan we in de laatste paragraaf van dit hoofdstuk verder op in. Als netwerken populair zijn treedt volgens Jan van Dijk de ‘law of network externality’ op: hoe meer mensen participeren in een netwerk of het ‘volgen’, hoe meer mensen er waarschijnlijk geneigd zijn om dit ook te doen(Van Dijk, 2012, p.38).

3|5 Netwerk beïnvloeding

Hoe werkt beïnvloeding in een netwerk? Een theorie die daarop een antwoord kan geven is de Two-step-flow-theorie. De belangrijkste hypothese hierin is dat “ideas often flow from [mass media] to opinion leaders and from these to the less active sections of the population” (Katz, 1957). Deze theorie is ontwikkeld naar aanleiding van de Amerikaanse verkiezingen van 1940. Toen kwamen onderzoekers erachter dat de verwachte ‘directe’ invloed van massamedia niet zo uitpakte. Uit onderzoek bleek toen dat mensen zich vooral lieten leiden door ‘andere mensen’. “Dat waren goed geïnformeerde en betrokken mensen die deze informatie doorgaven aan hun familie, vrienden en collega’s”, stelt Van Wijk (2003, p.163). Niet alle communicatie stromen

verlopen van bron naar beïnvloeder en vervolgens naar de ontvanger. Daarom is de multi-step-flow theorie ontwikkeld, met horizontale en verticale verbindingen (Van Wijk, 2003, p.166). Beinvloeders kunnen invloedrijke adviseurs in de interpersoonlijke communicatie zijn of opinieleiders. Die laatste groep worden gevormd door politici, journalisten en toonaangevende mensen in een vakgebied.

Robert Chialdini (2009) komt in zijn boek met verschillende sociale beïnvloedingsmechanismen. Eén ervan is in deze situatie relevant: 'social proof' (sociale bewijskracht). Als mensen zien dat anderen ook voor het CDA stemmen, dan staan zij ook positiever tegenover die partij. Als CDA stemmers minder zichtbaar worden, overtuigen zij ook anderen minder. Chialdini[15] beschrijft hoe Barack Obama in 2008 in elk filmpje enthousiaste mensen uit elke bevolkingsgroep (jong, oud, arm, rijk, autochtoon en allochtoon) voor en achter hem laat staan. Dat is precies wat in de CDA-verkiezingsspotjes in 2012 ontbrak en waar ook veel interne kritiek op kwam. Vooral omdat het CDA 'samen kunnen we meer' propageerde.

De two-step-flow theorie is hier relevant. Op Twitter heeft iemand *volgers*. Daarnaast is er sprake van *homophily* op Twitter. Dat zijn gelijkgezinden en mensen die elkaar lijken te volgen. (Java et al., 2007). Hier ontstaat een nieuwe communicatiestijl, namelijk die van de elektronische netwerkcommunicatie. Deze typeert zicht door Electronic Word of Mouth of e-WOM (Janssen en Zhang, 2009). Uit dat onderzoek blijkt dat sociale media, en voornamelijk microblogs zoals Twitter, een snel ontwikkelende vorm van mond-op-mond reclame zijn. Meningen en ervaringen krijgen invloed op een negatieve of positieve houding van gebruikers. (2009, p.2169). Vooral microblogs en sociale netwerken (Twitter, Facebook en Hyves) hebben impact omdat mensen overal en altijd updates en reviews kunnen geven via mobiele communicatie. Goldsmith & Horowitz (geciteerd in: Jansen en Zhang, 2009, p.2171) hebben onderzocht waarom consumenten online opinies zoeken, namelijk vanwege risicoreductie voor een keuze, populariteit van een onderwerp, gemakkelijk toegankelijke informatie, lage kosten, aankoopkeuringen en inspiratie.

3|6 Focus op de persoon

Politiek bedrijven is het beïnvloeden van de menselijke geest om tot een bepaald gewenst (bestuurlijk) gedrag te komen (Castells, 2007, p.241). De media zijn de schijnwerpers op een strijdveld waar verschillende partijen de strijd uitvechten. Zij kiezen wie ze volgen met hun schijnwerpers en camera's, zegt gesprekspartner Bijleveld. Het gaat meestal om winnaars of verliezers, speciale karakters of voorvallen. Maar de meeste politici blijven buiten deze schijnwerpers. Het gaat in de elektronische media primair om de beeldvorming en minder om waarheidsvinding. Daarin is een gezicht het krachtigste instrument: "The most powerful message is a simple message attached to an image. The simplest message in politics is the human face" (Castells, 2007, p.242). Politiek is in toenemende mate gepersonaliseerd rondom leiders. Vooral op de steeds groter wordende groep zwevende kiezers heeft de individuele politicus invloed (2007, p.242). Het imago van de politicus wordt daardoor heel belangrijk en schandalen worden flink belicht in onze mediasamenleving waarin media zich willen en moeten

onderscheiden. In de christendemocratische politiek, waarin integriteit relatief hoog in het vaandel staat, liggen schandalen wellicht nóg gevoeliger. Een voorbeeld daarvan is een getrouwde CDA-staatssecretaris van Defensie, Jack de Vries , die in 2011 een geheime affaire had met een ondergeschikte. Met het gegeven dat het CDA een partij is van het gezin, verantwoordelijkheid en betrouwbaarheid, is dit pure antireclame. Jan van der Stoep en Hildebrand Bijleveld geven aan dat de ideologie en waarden van de partij in de beeldvorming belichaamd worden door haar vertegenwoordigers. Volgens oud-politiek verslaggever Hildebrand Bijleveld moet de kiezer zich kunnen identificeren met de representant van het CDA. Het is belangrijker dan ooit dat 'leer en leven' met elkaar in overeenstemming zijn. "Men identificeert zich met een persoon om de boodschap van de 'politics' te vertrouwen. Manuel Castells bevestigt dit: "Character as portrayed in the media, becomes essential; because values – what matters the most for the majority of people – are embodied in the persons of the candidates (2007, p.243). Castells gaat verder door te stellen dat wanneer vertrouwen en karaktervorming de meest kritieke aspecten zijn, ze daarmee ook de belangrijkste politieke wapens worden (Castells, 2007, p.243). Dit is niet nieuw. Reputatie en beeldvorming is van alle tijden. Reputatie wordt in het digitale tijdperk wel veel sneller gemaakt of gebroken.

3|7 Transparantie?

Transparantie is een toverwoord met een hoop bijwerkingen, meent Erna Scholtes in haar proefschrift *Transparantie, icoon van een dolende overheid* (2012). Politici die roepen dat iets transparant wordt gemaakt zijn eigenlijk al klaar. Het woord heeft een hele positieve connotatie. In onze cultuur gaat het echter om 'zien is geloven'. Dus moet het handelen zichtbaarder worden gemaakt. Van der Stoep (2010, p.100) stelt dat de bevolking door het gebruik van sociale media meer macht krijgt en ook dat de media meer aanwezig is dan ooit. Dingen achter de deur houden is iets van vroeger denkt hij. De vraag is wat er transparant moet zijn en waarom? Dingen die er toe doen zijn niet transparant, stelt Chris Aalberts. "Want als wij een camera zouden neerzetten in de zaal waar straks die kabinetsformatie wordt gehouden, dan kunnen wij precies zien wat de VVD inlevert ten opzichte van de PvdA en andersom. Dat creëert veel rommel, omdat veel mensen het daar niet mee eens zijn. Iedereen in die zaal heeft er dus belang bij dat zoveel mogelijk onder de pet gehouden wordt". Je kunt je afvragen hoe erg dat is. Het antwoord van Aalberts daarop: dat is niet erg.

3|8 (online) Luisteren

Het sociale web biedt een rijke bron van kennis, informatie en meningen over de partij en vertegenwoordigers daarvan. Het kan min of meer gezien worden als een publieke sfeer volgens het concept dat de Duitse filosoof Jurgen Habermas heeft ontwikkeld: een machtsvrije ruimte waar burgers kunnen delibereren zonder machtsinvloed van de overheid. De politiek kan in het geval van online luisteren van die deliberatie gebruik maken (Benkler,2006, p.19). Dat dit ook negatieve kanten heeft hebben we gezien in hoofdstuk 2 waar gerefereerd wordt naar het

'Gesundes Folksempfinden'. Deze paragraaf heeft een positieve insteek en richt zich op de kennis die uit online netwerken gehaald kan worden.

Rein van Gisteren stelt in zijn essay *Overheidscommunicatie versus burgercommunicatie…en hoe men iets dichter langs elkaar heen zou kunnen praten* dat "zender georiënteerd en distributief denken is blijven overheersen". De beste remedie om niet te vervallen in 'splendid isolation' - een wereld waarin de eigen logica overheerst - is blijvend in gesprek te gaan met gewone mensen. Volksvertegenwoordigers hoeven niet een afspiegeling te zijn van het volk. Ze 'moeten' zelfs de verticale elite blijven. Dat is nodig. Het gaat echter om *actief verbindend vertegenwoordigen*, zo mogen we nu concluderen.

In online netwerken is het mogelijk discussies op het spoor te komen, en waar mogelijk bij te sturen door erin te participeren. In 2008 deed de Obama campagne dit. Alex Schoep, campagnestrateeg van de Balkenende-campagne in 2006 zegt daarover: "Daar waren we vroeger heel sterk in. We hadden een team van mensen opgezet die meteen aan het posten gingen. Als we wilden konden we 50 mensen online actief hebben, die overal op konden reageren. Dat was het begin van het succes. Dat hebben we ingezet voor de beeldvorming van het CDA. Wij liepen daarin voorop. Schoep voegt eraan toe dat het nu bijna niet meer mogelijk is om te participeren door de enorm stortvloed aan reacties.

Jack de Vries, voormalig spindokter van het CDA en nu communicatieadviseur, zegt in communicatievakblad Adformatie (2012) én in een interview dat effectieve inzet van social media begint bij issuetracking en monitoring. Bijhouden wat er waar verschijnt. "Dit klinkt simpel, maar is essentieel om snel en accuraat te kunnen reageren. Analyseer de gegevens en zoek naar onbenutte kanalen, kanalen die aandacht nodig hebben en nieuwe allianties die kunnen ontstaan". Een andere rol is het analyseren van doelgroepen om te weten voor welke argumenten ze gevoelig zijn en waarop aangehaakt kan worden. "Het gaat om hypes opvangen en trending topics rubriceren en daarop aansluiten," stelt manager Omgevingskennis van het Ministerie van OCW, Aart Paardekooper. Traditionele zenders moeten nadrukkelijker aansluiting zoeken bij de leefwereld van de ontvangers. Chris Anderson, hoofdredacteur van het nieuwe media vakblad *Wired*, noemt dit fenomeen 'Pyramid Inversion' (Beal en Strauss, 2009, p.6). Dit duidt op de burger die de organisatie topdown bepaalt. Waar organisaties zich voorheen alleen zorgen hoefden te maken over iets negatiefs dat verscheen in een krant of op het achtuurjournaal, moet nu serieus rekening worden gehouden met de miljoenen sociale media accounts op platformen van verschillende pluimage, concluderen Beal en Strauss (2008).

Naast invloed op reputatie sluit een luisterend oor naar de omgeving van de organisatie aan bij de eigenschappen van een netwerksamenleving. Het accent van het vormgeven van een missie ligt steeds meer buiten de organisatie in plaats van iets dat volledig van binnenuit komt. Dat betekent dat je van buiten naar binnen moet leren denken, zegt Van der Stoep (2011, p.111). "Wil je mensen in een netwerksamenleving bereiken, dan moet je naast hen gaan staan, hun taal spreken en ook open staan voor wat zij te vertellen hebben" (Van der Stoep, 2011,

p.111). Het is dus belangrijk om te snappen hoe verschillende groepen de wereld om zich heen interpreteren. Daarop moet aangesloten worden met beeld en taal.

Het ideologische en intellectuele eigendom van een politieke beweging ligt bij de leden en donateurs. Journalist en mediamanager, Hildebrand Bijleveld, zegt in het verlengde hiervan: "De kiezers zijn als consumenten die de koers en de taal van de partij waarderen of niet. Maar uiteindelijk bepalen zij niet de taal of de identiteit van de organisatie. De straattaal van het internet en de omgangsvormen binnen sociale media is niet normstellend. Dan krijg je e-populisme. Liever een halflege kerk, dan vloeken in de kerk"*.* Het is een feit dat internetgebruikers steeds meer tijd op online sociale netwerken of/en in online communities besteden (Crawford, 2009, p.526). Kate Crawford zegt dat participatie op het web meestal wordt geassocieerd met meepraten of 'een stem hebben' (2009, p.526). Luisteren is minstens zo belangrijk. Mensen hebben met social media een podium gekregen om hun stem te laten horen. Als politieke partij, als volksvertegenwoordiging, is het een kans en wellicht een noodzaak om de gebruikte taal, het sentiment en de argumentatie van deze mondige burger te horen om daar profijt van te hebben of om te laten merken dat de burger gehoord wordt.

3|9 Hoe wordt het digitale netwerk een effectief instrument?

Al de factoren die het digitale netwerk tot een effectief instrument kunnen maken, worden samengevat onder de termen van: expertise, humor, sympathie, authenticiteit, helderheid en orkestratie. Een balans van die aspecten maakt een politieke netwerker met zijn digitale instrument pas effectief.

Expertise

Mensen hebben van nature de neiging om gezag op basis van kennis te gehoorzamen (O'Neill, 2009, p.171). Kennis trekt anderen aan en verleent autoriteit aan iemands oordeel. In deze tijd is het echter niet vanzelfsprekend dat die kennis gebaseerd is op een persoon. De wereld kent meer en meer non-lineaire manieren die voor ieder toegankelijk zijn. (Cross, 2011, p.141). Kennis is in netwerken en op het web vrij beschikbaar en toegankelijk. Michel Foucault stelde dat expertise een instrument is voor de overheersing van de elite (O'Neill, 2009, p.15). Ondanks dat veel meer kennisbronnen zijn ontsloten, blijft dit van toepassing. De samenleving wordt zo complex, dat expertise opnieuw in handen komt van experts (Van Dijk, 2004, p.170). Voor een politicus ligt een taak het gevoel te geven de complexiteit de baas te zijn. Het feit dat we een 'Post-Fact Society' hebben, speelt een grote rol (Cross, 2011, p.116). Mensen weten niet meer wat ze moeten geloven. Ze worden overladen door tegenstrijdige berichten. Het is de kunst om hierin een vertrouwenswaardige factor te zijn wiens expertise wordt geloofd.

Humor

Humor is een belangrijk middel voor sociale acceptatie, ontspanning en verbinding tussen mensen. (Calavita, 2004). Humor voorziet in een maatschappelijke behoefte om emoties te uiten betekenen en versterkt de banden tussen mensen. Het gaat waarschijnlijk over een zekere

lichtheid, cynisme en vreugde (Coté en Pybus, 2007, p.103) Wat doet humor? Humor helpt individuen zich te verbinden met andere individuen door een gelijke reactie van vrolijkheid die groepscohesie versterkt. (Graham, Papa & Brooks, 1992 in Holton & Lewis, 2011). Gruner stelt dat berichten met een humoristische tint beter ontvangen worden dan volledig serieuze berichten (1978). Humor maakt enerzijds kwesties bespreekbaarder en anderzijds verhoogt humor onderlinge cohesie en solidariteit. Individuen worden socialer en tonen zich speels (Hazenberg, 2011, p.35). De woordgrap 'Labor doesn't work' bracht de conservatief Margaret Thatcher in de zeventiger jaren in Engeland aan de macht.

Humor is een belangrijk element, maar het ligt wel gevoelig. Zeker voor een volksvertegenwoordiger. Niet iedereen begrijpt iets, wanneer jij dat wel denkt. Een voorbeeld waarbij het voor een volksvertegenwoordiger niet goed uitpakte is van de (CDA) burgemeester Jan-Frans Mulder in het Zeeuwse Hulst. Hij twitterde over een Chinees restaurant in het dorp: "*Nu al dlie overvallen op Slineese lestaulants in Zeeland. Hoop dat die lale overvaller snel in z'n klaag gelepen wordt...niet sambalb(l)ij!"* Hier werd verbolgen op gereageerd. Michael Sijbom: "Je moet gevoelig zijn in het gebruiken van humor. Je moet goed nadenken weten wat een leuke grap is. Die wordt ook geretweet. Als ik iets leuks doe, wordt het geretweet".

Sympathie

Sympathie is voor Chialdini (2009) het principe van 'liking'. Hij onderscheidt hierin verschillende factoren: mensen hebben meer sympathie voor uiterlijk knappe mensen en mensen die gelijke interesse hebben. En politicus die zich identificeert met anderen met hun interesses of overtuigingen schept een band. Mensen bepalen veel van hun keuzes op niet-politieke-gronden (Castells, 2009), maar veel meer op sympathie en een visie op de samenleving (Rob, 2010, p.18).

Authenticiteit

In de netwerksamenleving draait het veel meer om natuurlijk vertrouwen ofwel authenticiteit. Twitter is een goed voorbeeld daarvan: "Twitter is based on trust, influence and social capital and in this kind of environment do people respond much better to an human, authentic, voice" (Fitton, Gruen, Poston, 2010, p.190). Ook O'Neill stelt dat "you have to make the socially constructed appear natural" (2009, p.61). Online sociale netwerken zijn het sterkst als ze draaien rondom personen, niet om organisaties.

Politici kunnen zich niet meer verschuilen achter hun professionele identiteit. "Je moet laten zien dat je iemand uit een stuk bent, die heel diverse rollen met elkaar weet te verbinden" (Van der Stoep, 2010, p.109). Het is haast niet meer mogelijk om de schone schijn op te houden.. Authentiek moet worden opgevat als *echt* of *geloofwaardig.* Hij of zij kan geen rol aannemen en praten over dingen waar deze politicus niet zoveel vanaf weet, zegt gesprekspartner Dirk Gotink. Ze moeten zich houden bij hun vakgebied en daar helder en eerlijk over communiceren, zegt hij vervolgens.

Ook de persoonlijke drive en overwegingen (rondom thema's) van deze persoon moet duidelijker zijn. Het geldt ook voor partijen: "Ze moeten een eenduidige boodschap uitzenden, willen ze gezien en serieus genomen worden" (Van der Stoep, 2010, p.110). Het gaat volgens Van der Stoep in plaats van transparantie meer om betrouwbaarheid en echtheid. Je zou kunnen stellen dat het hierin meer draait om de mensen die een organisatie vertegenwoordigen en om hun eerlijkheid en helderheid, dan om een organisatie zonder gezicht die probeert inzicht te geven in de gang van zaken. Mensen willen bezieling zien van een politieke visie. In het geval van het CDA zou dit kunnen betekenen dat niet op een te pragmatische manier het midden gezocht dient te worden. Het gaat tenslotte om vertrouwen in een representatieve democratie. Mensen checken constant of een persoon oprecht en authentiek is. Volgens Morssinkhof, Regtvoort en Siepel kan horizontale communicatie een weg zijn uit de huidige zendergerichte communicatie (2010). Een weg naar 'verbindende taal'. "Gebaseerd op waarden en beginselen moeten wijsheid, authenticiteit en morele overtuigingen de kern van de overheidscommunicatie worden". De belangrijkste motivatie voor meer authenticiteit lijkt te liggen in de nabije toekomst: "Jonge generaties, opgegroeid met de vanzelfsprekendheid van internet, hebben niets op met geloofsartikelen van vooruitgangsdenkers en maakbaarheids-illusionisten. Ze laten zich niet door ideologie, maar wel door authenticiteit aanspreken. Wie oprecht is en daarnaar handelt, verdient respect en wordt gehoord" (Morssinkhof, Regtvoort en Siepel, 2010).

Helder, eenvoudig en hoopvol

Tekst en vormgeving dienen *eenvoudig en helder* te zijn zodat het meteen duidelijk is wat het betekent. Volgens Hildebrand Bijleveld zet goede online communicatie aan tot actie of reactie. Hij pas dit toe op het CDA. NIET: "Recht op duidelijkheid over greep uit pensioenkassen". WEL: "CDA vraagt minister: wie eet onze pensioen miljarden op?'. Bijleveld gaat verder door te stellen dat CDA-communicatie *hoop* bevat. NIET: "Sybrand Buma: Blik op de toekomst, oog voor elkaar". WEL: "Verhagen vecht voor NedCar". Ook bevat ze woorden van *compassie*. NIET: "Ormel: uitzonderingsposities van Nederland in Europa zijn zorgelijk" met daarnaast een foto van Ormel. Maar WEL: "CDA wil snel medische hulp slachtoffers bloedbad Syrie" met een foto van de tragiek in Syrie. Het is een noodkreet, dat de kiezer aanspreekt.

Georkestreerd

"Een enkele tweet is geen tweet. Hashtags die geretweet worden vormen de basis van een hype", aldus Bijleveld. De boodschap moet dan ook *georkestreerd en gevoed* worden, stelt Bijleveld. "Slogans, gaan samen met actie". Een voorbeeld daarvan is het bericht 'CDA vecht voor Nedcar'. De hele week moet de CDA-minister en zijn gevecht voor NedCar dan worden gevoed met tweets en headlines op de site. "Ze moeten hem niet laten afzakken in geneuzel over andere onderwerpen. De PvdA organiseerde tijdens de Tweede Kamerverkiezingen in 2012 succesvolle positieve Twitter waves in een georganiseerd digitaal netwerk dat alleen positieve opmerkingen maakte over het optreden van hun lijsttrekker. Ondanks de tamelijk chaotische TV-debatten met uitwisselbaar optreden van de lijsttrekker werd de PvdA-leider door digitale spindoctors

herhaaldelijk uitgeroepen als 'winnaar'. Bijleveld verwacht dat die instant peilingen via Twitter en SMS toch enige invloed zullen hebben op verkiezingsuitslagen. "Iedereen is gemotiveerd bij een winnaar te horen. De digitale netwerken kunnen zulke winnaars creëren en verbinden", aldus Bijleveld. Dat raakt dan ook direct aan de two-step-flow theorie (zie 3/5).

3|10 Praktijktoets: CDA-burgemeester 3.0

In Losser, een plaatsje onder de rook van Enschede, is Michael Sijbom burgemeester. Hij is oud-campagneleider van het CDA en nu is hij wat je kunt noemen een burgemeester 3.0. Het zet op een actieve en persoonlijke manier sociale media in om met de mensen uit Losser een mini-Losser te vormen. Zijn belangrijkste instrument daarvoor is Facebook. Sijbom gelooft niet in directe democratie, maar wel dat sociale media en internet een enorme bron aan informatie zijn die nog veel beter ontsloten kan worden. Je kunt er de kloof tussen burger en overheid kleiner mee maken. Sijbom geeft zelf het voorbeeld. Hij is burgemeester in een plaats van 23.000 inwoners. Hij heeft ruim 2000 vrienden op Facebook uit Losser. Zijn bereik is, kinderen en ouderen er af gehaald, ongeveer 20 procent van de online bevolking. "Ik durf te stellen dat ik een goed beeld heb van wat er in de samenleving leeft. Maar mensen hebben nog een beter beeld van waar ik mee bezig ben. Ik wordt dagelijks een aantal keren per dag aangesproken over waar ik geweest ben of wat mensen van mij gelezen hebben", zegt Sijbom. De kracht van sociale media is het persoonlijke. Sijbom gelooft sterk dat de Kamerleden dit goed kunnen gebruiken. Niet de partijen, want dat zijn geen personen.

Sijbom heeft ten opzichte van Kamerleden een groot voordeel. Hij hoeft zich alleen te richten op de mensen die in Losser wonen. Hij is een avond gaan zitten en heeft iedereen uitgenodigd. Dat is een voordeel van Facebook en Twitter. Dat je selectief mensen kunt vinden. De meeste mensen hebben hem geaccepteerd en zijn hem trouw gebleven ondanks dat hij veel post. Het heeft een enorme uitstraling bij mensen. "Ik was net bij de bakker. Die begon er over wat ze gisteren gezien of gehoord had via mijn Facebook" zegt Sijbom. Ook gebruikt Sijbom Twitter. Maar dat is meer een zendmedium. Daar werkt hij vooral met zoektermen als 'Losser'.

Sijbom stelt dat het gaat om het luisteren naar mensen. De tijd nemen. Discussies aangaan. Je moet luisteren en laten weten wat je ermee doet. "Elke twee weken zit hier de politie om de tafel om met mij te praten over de veiligheidssituatie. Ik krijg elke week een grote stapel papier met alles wat er speelt. Die scan ik altijd. Dan post ik het op Facebook en Twitter: wat vindt u nou een probleem waar de politie iets aan zou moeten doen? Ik krijg veel reacties daarop en ik geef alle mensen antwoord. Dat geef ik door aan de politie, die het meenemen in hun dagelijkse ronde". Veiligheid is voor een deel beleving en voor een deel concrete veiligheid, zegt Sijbom. Hij komt met een voorbeeld: Je hebt hele mooie computersystemen op internet waar je als burger kunt aangeven waar de politie meer of minder prioriteit aan moet geven in je wijk. Als je dat nou eens voor heel Losser doet en je zegt tegen de mensen: "Geef nou eens aan hoe we het zouden moeten doen". Je kunt daarmee bijvoorbeeld een schuif omhoog doen voor meer controle op verkeersveiligheid. Maar er kan dan minder prioriteit worden gegeven aan andere dingen, want de politie heeft maar 10 uur per week bijvoorbeeld. Je kunt dus ranken. De gegevens daaruit leg

je dan naast allerlei monitoren en harde cijfers. Want veiligheidsbeleving is voor mij niet het enige. Maar je kunt in dat hele systeem mensen meer keuzes laten maken en dat ook terugkoppelen."

"Je moet wel voor content zorgen. Ik heb op Facebook iedere dag een blog. Iedere dag een fotoblog. Dat kost maar een half uurtje" Sijbom was de dag voor het interview naar een grote fabriek in de regio geweest. Het was niet moeilijk om daar een foto en een blog van te maken. "Ik probeer altijd wel een grappige foto te maken. Of iets wat mensen aanspreekt. Ik heb me in het begin vooral gericht op het werk wat ik doe. Dat vinden mensen enorm interessant" Sijbom gaf mensen toen een inkijkje in de B&W vergadering. Dat vinden mensen volgens hem enorm interessant. Hij geeft dit ook als voorbeeld van wat CDA-leider Van Haersma Buma zou kunnen doen. Een inkijkje bieden in zijn werkkamer, als hij een speech schrijft of een grapje debiteert.
Welke rol moet het CDA hierin hebben volgens Sijbom: "Faciliteren, trainingen geven, concepten bedenken, informatie geven. Kamerleden moeten anders leren denken. Er kan ook geretweet worden bijvoorbeeld. Een meer georkestreerde benadering. "Waarvoor je moet oppassen zijn de WC-eend berichten "wij van WC-eend adviseren WC-eend". Je kunt social media inzetten om heel gericht te reageren. Je zult wel een netwerk moeten hebben". Het belangrijkste dat Sijbom concludeert is: "De combinatie van social media en real life vind ik belangrijk".

Conclusies

In dit hoofdstuk zijn aspecten bekeken die belangrijk zijn voor een politieke partij op strategisch niveau. In digitale netwerken draait het om verbonden individuen. Politici kunnen zich door middel van sociale media verbinden met digitale netwerken om hun rol als volksvertegenwoordiger te versterken. Maar alleen het gebruik is niet genoeg. Het is ook de manier waarop dit gebruik wordt ingevuld. In dit hoofdstuk wordt gesteld dat er een netwerkcharisma nodig is, dat verwijst naar vereisten van een gebruiker heeft om autoriteit te verkrijgen in netwerken. Wie dit netwerkcharisma ontleedt vindt een aantal factoren: sympathie, expertise, humor, duidelijkheid & eenvoud, authenticiteit en orkestratie. Een effectieve inzet van sociale media is een balans tussen deze eigenschappen. Deze eigenschappen lijken in de praktijk bij elkaar te komen bij CDA-burgemeester Michael Sijbom. Via de invloed kan er potentieel veel macht worden uitgeoefend op de politiek, maar tegelijkertijd kunnen politici ook een groot bereik creëren voor hun boodschap. Online netwerken worden gebruikt om kennis te krijgen en verbindingen aan te gaan met netwerken.

Hoofdstuk 4

Het CDA in de netwerksamenleving

We leven allemaal onder dezelfde hemel, maar we hebben
niet allemaal dezelfde horizon
-Konrad Adenauer-

4|1 Inleiding: vragen netwerken een gemeenschappelijke basis?

Sinds het eind van de negentiende eeuw werd Nederland vrijwel voortdurend geregeerd door kabinetten waar het CDA aan deelneemt. Het CDA is historisch en organisatorisch verknoopt met de hele Nederlandse samenleving. De partij zet de mens en zijn naaste met zijn verbanden centraal. De uitgangspunten zijn een vertaling van het bijbels Evangelie. Daar zit ook een moeilijkheid. Van de 44% van de Nederlanders die zich, volgens het laatste onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau over Geloof in Nederland, christen noemt, bindt de meerderheid zich niet meer aan politieke partijen op basis van een geloofsleer en confessie (2012). In een netwerksamenleving lijkt de kiezer zich dus anders te binden. Hoe moet het CDA hiermee omgaan? Hoe moet de partij zijn doelgroep formuleren, namelijk als 'iedereen'? Heeft het de partij een duidelijker profiel nodig, eventueel op basis van christelijke beginselen? Wat vraagt de netwerksamenleving van het CDA. De netwerksamenleving verplicht het CDA ook een verhaal te hebben over deze samenleving die in hoge mate wordt bepaald door digitale netwerken. In dit hoofdstuk ligt de centrale vraag op tafel: 'Hoe moet het CDA inspelen op de eisen van de netwerksamenleving?' De positie van het CDA wordt zonder pretenties verkend op basis van aspecten als: CDA-identiteit en het CDA als online netwerkpartner.

4|2| Het CDA

Het Christen Democratisch Appel is op 11 oktober 1980 opricht uit een fusie van de gereformeerde ARP, hervormde CHU en katholieke KVP. Het CDA koos vier kernbegrippen: gerechtigheid, solidariteit, rentmeesterschap en gespreide verantwoordelijkheid als vertaling van het Evangelie voor de politiek. Ze streeft naar een beperkte overheid, een genormeerde markt en gespreide verantwoordelijkheid voor het maatschappelijk middenveld. Juist niet-politieke organisaties en verbanden zijn van belang voor de samenleving. Deze organisaties en verbanden (gezinnen, verenigingen, kerken, maatschappelijke instellingen, etc.) dragen bij aan het sociaal kapitaal, het vertrouwen en de gedeelde waarden die zo essentieel zijn voor de samenleving (SCP, 2002, p.7). Prof. Govert Buijs, hoogleraar Praktische Filosofie aan de Vrije Universiteit van Amsterdam, stelt dat dit verschilt van het liberalisme dat een hoger belang hecht aan het nastreven van de individuele vrijheid. Het is ook anders dan het socialisme dat sterk overheidsdenken propageert. Het is bovendien anders dan het populisme dat een intuïtief

scherp gevoel heeft voor vervreemding en vervalt in een 'bozige klaagcultuur' (Buijs, 2011). Kort gezegd: Bij het CDA worden niet alle kaarten op het autonome, zelfredzame individu gezet en evenmin wordt alle heil van een verantwoordelijk wegnemende overheid verwacht. Bert Leeuwis, CDA-fractievoorzitter in de gemeenteraad van Renkum, zegt dat de centrale waarden van het CDA zijn: **uniciteit** van de mens, maar ten dienste van **de ander.** De staatkundige visie van het CDA is samen te vatten in het *subsidiariteitsbeginsel*[16] waarbij beslissingen zo dichtbij de mens (bijv. lage overheden) genomen moet worden. Het CDA moet die boodschap van *participerende verantwoordelijkheid* vertalen binnen de individuele netwerksamenleving. Dat vergt bezinning.

4|3 De CDA- identiteit onder vuur

> En het CDA wil weer #iedereen te vriend houden... http://t.co/7KyIrBbE
>
> Van 'het gezin als hoeksteen van de samenleving' naar 'iedereen!', goede slogan om richtingloze strategie van #CDA zelf te onderschrijven.
>
> RT @KustawBessems: Dat kiezers gaan denken: 'Hé, "Iedereen", dat ben ik! Dat kan gewoon niet missen! Dan móet ik wel bij het #CDA zijn!'

De voorgaande drie tweets zijn verstuurd naar aanleiding van de presentatie van het CDA-verkiezingsprogram op 1 juni 2012 met als slogan: *Iedereen*. De gedachte erachter is typerend voor het (huidige) CDA. Toch klinkt dit anders dan 'Ieder mens telt' dat voormalig CDA-leider Ruud Lubbers graag gebruikte (De Witte en Mathies, 2005). De samenleving is van iedereen en iedereen moet kunnen meedoen. Toch typeert de slagzin wel het beeld van het CDA: de partij durft geen duidelijke keuzes te maken.

In deze netwerksamenleving met een oneindig aanbod van keuzemogelijkheden die mensen vervreemdt en die vaste basiswaarden zeldzamer maakt, wordt echter herkenbaarheid gezocht. Dat vergt identiteit. Lector Media in de Publieke Ruimte aan de Christelijke Hogeschool Ede en de Vrije Universiteit Jan van der Stoep gebruikt de metafoor van de magneet voor identiteit in de netwerksamenleving: "Het is een metafoor om van buiten naar binnen te denken en de focus om de kern te bewaren. Een magneet heeft twee polen die invloed hebben op hun omgeving. De magneet heeft een aantrekkende en een afstotende werking. Hoe sterker de magneet, hoe sterker de aantrekkingkracht. Maar ook de afstotingskracht wordt sterker " (Van der Stoep, 2010, p.112). Dit is het uitgangspunt van deze paragraaf.

Er zit voor het CDA altijd spanning tussen de keuze voor een brede volkspartij of een partij die zich profileert naar haar christendemocratische beginselen. Het CDA lijkt voor het eerste te gaan. In het verkiezingsprogramma *Iedereen* staat twee keer de band met de 'christelijke traditie' genoemd. Bevlogen CDA'ers zijn daarover in gesprek. Oud-CDA-Kamerlid Jan Schinkelshoek en CDJA'er Paul Schenderling debatteren over de vraag: Volkspartij of getuigenispartij?

Christelijke politiek is iets gevaarlijks, stelt Jan Schinkelshoek. In de geschiedenis is er al veel misgegaan in de naam van God. Het CDA moet zich weliswaar laten inspireren door de Bijbel en het Evangelie, maar de partij is er voor iedereen. Exclusiviteit door een te uitgesproken profiel is niet goed. Dat is volgens Schinkelshoek een volkspartij. "Het CDA gelooft daarom in kleine stappen, het waardeert het compromis, het bewaakt het evenwicht, het zet aan tot verantwoordelijkheid, het roept op tot matiging, het investeert in samenhang, het weet zich dienstbaar, het werkt aan consensus. Het staat met beide voeten in de klei"[17].

Daartegenover staat Paul Schenderling. Hij pleit voor een sterker profiel gebaseerd op de uitgangspunten van het Evangelie. Zijn betoog start krachtig: "Spreken van een volkspartij is als spreken van een win-winsituatie: het smoort de discussie en overtuigt alleen uit vaagheid. De impliciete boodschap van het mantra 'CDA als volkspartij' is vooral: niet doorvragen!" Is het CDA een volkspartij of kan het dat worden? Nederland is echter een door en door liberaal land stelt Schenderling. Dat past niet bij de kerk van de christendemocratie en haar drie-dimensionale mensbeeld (God – mens – naaste). Dat is dus ook problematisch. Partijen die hun ideologische veren afschudden, worden tot 'speelbal van het grillige electoraat'. Kiezers kunnen het CDA machtswellust en onduidelijkheid verwijten. Is dat niet precies wat zo herkenbaar is op dit moment, vraagt Schenderling zich af.

Als het aan gesprekspartner Hildebrand Bijleveld zou liggen, zou deze discussie niet nodig geweest zijn. Hij heeft een andere insteek: "Het CDA is een volkspartij die als een van de weinige partijen kan zeggen dat het alle lagen van de bevolking aan zich bindt. Dat kan juist, omdat wat die partij bindt, beginselen zijn die hun levensovertuiging uitdrukken. Maar dan moeten die wel zichtbaar zijn. Het CDA is een volkspartij bij de gratie van haar beginselen. Een belangen partij kan bijvoorbeeld geen volkspartij worden".

Een volkspartij staat dichtbij de mensen, zo schrijft het rapport *Verder na de Klap* (2010). Een conclusie daaruit is dat een partij van de samenleving dichtbij de mensen moet staan, hen begrijpen, luisteren, hun taal spreken, voor hun belangen opkomen en er zijn voor de sociaal zwakkere groepen. Valt bij een volkspartij over christelijke principes te onderhandelen? Volgens oud-CDA-voorzitter en staatssecretaris Henk Bleker wel. Volgens hem moet de 'C' staan voor 'consensus in moreel ethische zaken'[18]. Oud-bestuurslid van het CDJA in Leiden Caroline Tax vraagt zich in het Nederlands Dagblad af of ze door de "morele lichtzinnigheid" van het CDA nog wel lid kan blijven als gelovige. Remonstrants theoloog en publicist Eginhard Meijering en auteur van het boek *Hoe God verdween uit de Tweede Kamer* (2012) stelt dat het CDA de C beter kan schrappen omdat ze in vrijzinnig vaarwater is beland[19]. De visie van de eerste CDA-lijsttrekker Dries van Agt op de centrale boodschap van het CDA is: "Richtsnoer en maatstaf van ons politiek handelen is de christelijke levensovertuiging, onder erkenning overigens dat het christelijk gedachtegoed zelden pasklare recepten heeft voor de politieke vragen die zich dagelijks aandienen. Centraal staat de eerbied voor de Schepper en zijn schepping: het leven, bovenal het menselijk leven en de aan onze zorg toevertrouwde natuur. Dat roept op tot verantwoordelijkheid voor zichzelf en medeburgers voor het behoud en integriteit van de planeet" (De Witte en Mathies, 2005, p.24).

4|4 Identiteit motiveert in een netwerksamenleving

“Om in de netwerksamenleving op te vallen moet je enerzijds een duidelijke signatuur hebben en dat betekent dat een al te vrijblijvend profiel niet loont. Anderzijds laten mensen zich ook niet binden aan een vaste set van overtuigingen” (Van der Stoep, 2010, p.108). De missie en het hoger ideaal moeten duidelijk zijn om te kunnen verbinden in een netwerksamenleving. Daar vallen niet-authentiek handelen en je overleveren aan de grillen van het publiek snel door de mand (Van der Stoep, 2010, p.105). Het gaat er overigens niet om, een belerende partij te zijn met theocratische standpunten, maar wel om de christelijke levenswaarden duidelijk zichtbaar te maken.

Onderzoekers Manfred te Grotenhuis en Tom van der Meer voorspellen dat het CDA weinig nieuwe kiezers zal weten te binden als de partij vasthoudt aan de huidige koers die weinig laat zien van de christelijke uitgangspunten van het CDA (2012). Ten eerste heeft verzuiling een grote invloed op het electoraat gehad in de afgelopen 25 jaar. Volgens hun onderzoek stemmen weinig niet-kerkelijke stemmers op het CDA. Gemiddeld stemt 7 tot 8 procent van alle onkerkelijken op het CDA, met uitschieters tot 15 procent (2002) en 5 procent (2010). Het CDA trekt de grootste groep stemmers onder kerkelijke kiezers. Het CDA lijkt niet te beseffen hoe ze deze mensen moeten binden. Normen en waarden zijn veel belangrijker dan sociaaleconomische onderwerpen (Te Grotenhuis *et al,* 2012). Als de partij zich niet meer profileert op onderwerpen zoals gezinspolitiek en normen en waarden hebben ze geen uniek geluid meer. Ze zijn inwisselbaar voor andere partijen die op onderwerpen die mensen belangrijk vinden een sterker geluid laten horen. De onderzoekers gaan op basis van statistische gegevens zelfs zover dat CDA in potentie 33 zetels kan halen als 10 procent van de onkerkelijken en 50 procent van de kerkelijken op het CDA stemt (2012, p.16).

Normen en waarden in de samenleving lijkt hét CDA-thema te zijn. Dit stellen ook gesprekspartner, medeauteur van het voorgaande onderzoek en politicoloog aan de UvA Tom van der Meer en docent politieke communicatie Chris Aalberts. Dit wordt bevestigd door het Sociaal Cultureel Planbureau die laat zien dat mensen de afgelopen vijf jaar de meeste prioriteit geven aan ‘dat mensen in Nederland verdraagzamer zijn en zich socialer gedragen’. Dat staat met stip op één. Het advies van de Raad voor het Openbaar Bestuur sluit hierop aan: bedrijf politiek vanuit je waarden en niet vanuit specifieke doelen en onderwerpen. Mensen zijn over het algemeen best gelukkig in Nederland, maar ze maken zich wel zorgen over de gang van zaken in de samenleving (Rob, 2012, p.18). De Amerikaanse psycholoog Robert Chialdini zegt dat mensen veel meer in beweging komen door het gebruik van waarden dan door specifieke doelen. (Bijv. je moet gewicht verliezen omdat je last van je hart krijgt vs je krijgt een gelukkiger leven) (2009, p.161). Duidelijk ergens voor gaan staan qua waarden en normen is belangrijk. Alex Schoep is op dit punt heel duidelijk: “Het CDA moet duidelijk maken waar het voor staat. Dat is de enige toekomst. Het CDA moet zoiets hebben van: je mag op ons stemmen. Als je dat niet wil dan doe je dat lekker niet.”

4|5 Verbinders en Trekkers

Het gaat in de netwerksamenleving om het inzetten van individuele mensen en hun talenten. De WRR stelt: "Burgers zijn bereid en in staat tot een actieve betrokkenheid bij hun samenleving, indien de uitdaging past bij hun behoeften en ze denken te beschikken over de toerusting die vereist is om passende antwoorden te vinden" (2012, p.180). De kracht zit in een communicatief gelaagde organisatie, waarbij informatie en sociale media berichten van het grondvlak ook naar de elite in Den Haag kan komen en zelfs geformaliseerd kan worden in beleid. Gelaagde netwerken draaien om een intensieve interactie, tussen hoog en laag in de verticale ladder. Dit is een vorm van crowdsourcing in eigen netwerk: "Crowdsourcing is het aanboren van ongebruikte kennis van de massa" (Aslander en Witteveen, 2010, p.54). Mensen zijn uiteindelijk de belangrijkste instrumenten in de netwerksamenleving. De WRR onderscheidt twee belangrijke groepen mensen in netwerken: trekkers en verbinders (2012, p.152). Trekkers zijn mensen die groepen mensen (clusters) kunnen bewegen naar meer betrokkenheid. Dit zijn mensen die buurtinitiatieven oprichten, een Facebook-community beheren of sociale ondernemingen opbouwen. Ze creëren structuur en bewaken de voortgang. Ze gaan voor hun missie (WRR, 2012, p.152). Zij staan vaak centraal in een netwerk. Hierin geldt 'preferential attachment' (Barabasi, 2002) of 'centrality premium' (Fowler en Christakis, 2009, p.299) waarin populaire trekkers, nog veel meer mensen aan kunnen aantrekken. Het nadeel is dat trekkers, bijvoorbeeld de populaire wethouder die een community om zich heen verzamelt op Facebook, niet meer kan voldoen aan het tweerichtingsverkeer omdat hij of zij te populair wordt.

De WRR kreeg vaak te horen dat burgers serieus genomen willen worden middels een goede informatie-uitwisseling (2012, p.88). Deze informatie moet vervolgens ook weer aansluiten bij de belevingswereld van de lokale mensen. Een risico hierbij wordt ook geduid door de WRR: sommigen voelen zich bedreigd in hun positie als 'expert' (2012, p.107). Adviseurs beschouwen zichzelf als vaklui. Velen vrezen hun 'informatiemonopoly' (de expertfunctie) te verliezen. Maar in de netwerksamenleving staat de mens met zijn kennis en vaardigheden centraal en de focus ligt op samenwerking. (Van Dijk en Winters-Van Beek, 2008, p.7). Dat uitgangspunt zou juist op het lijf van het CDA geschreven moeten staan.

4|5 E-participatie van de CDA achterban

Gesprekspartner, communicatieadviseur en CDA'er, Rien Fraanje, beargumenteert dat de wereld steeds complexer en groter wordt. Door de globalisering en de individuele vrijheden ligt de wereld open. Maar tegelijk ontstaat daardoor de behoefte aan kleinschaligheid. Mensen hebben behoefte aan gemeenschappen. Veel vrijheid en zelfstandigheid kunnen ook leiden tot eenzaamheid en vervreemding. Fraanje stelt dat het CDA hier iets mee heeft: "Het CDA is een van de weinige partijen die daar affiniteit mee heeft en onderkent. Het risico voor het CDA is dat ze in een soort nostalgisch escapisme vervallen. Dat moet het verhaal niet zijn. Het verhaal moet zijn: je kunt de complexiteit niet tegenhouden, maar om de complexiteit hanteerbaar te maken moeten we ook overzicht creëren". Als mensen complexiteit niet aankunnen en ze hebben niet

genoeg vaardigheden en autonomie, dan sluiten er veel wegen (Van Dijk, 2012, p.195). Fraanje sluit daarop aan door te stellen dat de mensen dan stoppen met het participeren in politiek en samenleving. Op den duur zal een grote groep het tempo van ontwikkelingen niet meer kunnen bijbenen. Je wordt gevraagd om voortdurend te schakelen tussen netwerken en rollen. Volgens Fraanje ligt hier een taak voor het CDA om inzicht te hebben in deze ontwikkeling en om hierin te faciliteren als dat nodig is.

Het CDA heeft in de verkiezingscampagne 2012 inderdaad digitale applicaties beschikbaar gemaakt voor haar achterban om actief deel te nemen aan het netwerk. De CDA-apps zijn gemakkelijk te downloaden voor alle relevante social media platforms. Maar in tegenstelling tot de PvdA, die maandenlang voorafgaand aan de verkiezingen groepen heeft getraind in het gebruik van sociale media binnen de partijkaders, blijkt de e-participatie bij het CDA moeilijk op gang te komen. Er lijkt voldoende kennis, potentie en talent, maar het wordt kennelijk nauwelijks benut. CDA-Kamerleden erkennen dat ze er nauwelijks tijd voor hebben. Dit benoemt gesprekspartner en Tweede Kamerlid Ger Koopmans. Hij legt uit dat Kamerleden gemiddeld nauwelijks vier jaar in de Tweede Kamer zitten. De twintig eerste kandidaat CDA-kamerleden in 2012 hebben gemiddeld minder dan drie jaar parlementaire ervaring. Dat betekent dat Kamerleden weinig tijd krijgen om het vak te leren en vervolgens een netwerk te creëren. Als het goed en wel is opgebouwd, verdwijnen ze uit de Tweede Kamer.

In de politiek zijn Kamerleden belangrijke verbinders die een brugfunctie vormen tussen verschillende clusters. Dat kan een specifieke achterban zijn, bijvoorbeeld een groep actief rond een thema of in de regio. Maar dat kunnen ook kwetsbare groepen zijn die externe verbinders nodig hebben, omdat ze zelf onvoldoende vaardigheden hebben in een netwerk deel te nemen: "Bij afwezigheid van interne verbinders – mensen die anderen kunnen verbinden met andere groepen – zijn deze minder bedeelde clusters gebaat bij externe verbinders. Zonder uitgestoken hand kunnen kwetsbare mensen niet goed deelnemen aan het maatschappelijk verkeer (WRR, 2012, p.218). Samenbindende verbanden zijn voor veel mensen niet vanzelfsprekend meer. Het besef dat externe verbinders belangrijk zijn voor mensen die niet goed zelf verbindingen kunnen leggen, is een essentieel punt voor het CDA.

Het is belangrijk om verbinders en trekkers binnen het CDA-netwerk op te sporen en met hun weer nieuwe netwerken aan te boren. Daarvoor is wel substantie nodig en duidelijke korte communicatielijnen waardoor de afstand tussen verschillende lagen in het netwerk relatief klein wordt. Ambassadeurs kunnen hier een coördinerende of katalyserende rol in hebben, zo zullen we zien.

4|6 De toekomst van het CDA binnen de netwerkgemeenschap

Je kunt een netwerk niet van buiten een netwerk bekijken, zegt het WRR (2012, p.55). "In de politiek zitten mensen met grote netwerken", zegt journalist en oud-programma-manager van de Evangelische Omroep, Tamme de Leur. Juist het CDA is een diep in de samenleving gewortelde partij. Digitale netwerken bieden mogelijkheden om netwerken te versterken en de relatie met een grondvlak te onderhouden. Het is voor het CDA een taak om in deze netwerksamenleving

zich op twee manieren bewust te zijn van de risico's en de mogelijkheden van de netwerksamenleving. Ten eerste is dat door haar eigen landelijke netwerk te versterken en optimaal te profiteren van een structurele relatie met het grondvlak. Digitale technologie en online media kunnen daar een grote rol in spelen. Ten tweede is dat de focus van het CDA op de vitaliteit van de samenleving. (CDA Strategisch Beraad, 2012). "Het CDA vindt dat de overheid een schild is voor de zwakken", zegt gesprekspartner Willem Aantjes. Sommige (groepen) mensen zijn niet goed in het verbinden binnen netwerken. Zij hebben daarvoor simpelweg onvoldoende vaardigheden. Wat kan hier de rol van het CDA worden? Uit het veldonderzoek en literatuurstudie komt naar voren dat het voor een politieke partij noodzakelijk is om lokaal te beginnen: bij de basis. Politiek filosofe Hannah Arendt meende "dat het gecentraliseerde, grootschalige, representatieve systeem idealiter gegrond is in een levendige, betrokken (participatory) en directe democratie op het lokale niveau" (geciteerd in: WRR, 2012, p.170). Een van de belangrijkste lessen die de WRR in het rapport *Vertrouwen in Burgers* trekt is dat er moet worden gedacht vanuit de burgers. Degenen die het beste weten wat er lokaal in de netwerken van mensen speelt zijn de lokale politici. Werkplaats Frissen, onder leiding van de CDA'er en oud-gouverneur van Limburg Leon Frissen (2011, p.3) onderscheidt verschillende aspecten die voor een maatschappijopvatting voor het CDA belangrijk zijn:

1. Het CDA wil verantwoordelijkheden bij mensen en organisaties leggen waar de meeste inzet en motivatie wordt opgewekt.
2. De overheid stelt zich verantwoordelijk en dienend naar de samenleving op en ze vindt het belangrijk dat iedereen zich bewust is van eigen verantwoordelijkheid en zich naar vermogen inzet voor het welzijn van de samenleving. En daarin wordt omgezien naar de zwakkere in de samenleving.

Frissen gaat verder door te stellen dat de volksvertegenwoordiger niet meer de persoon is die komt uitleggen en toelichten wat in bestuurskamers wordt besloten. De volksvertegenwoordiger luistert beter en doet een beroep op hen. (2011, p.7). Het is volgens Frissen een voorwaarde dat "op lokaal en provinciaal niveau rondom volksvertegenwoordigers een fijnmazig netwerk ontstaat, dan wel verbreed wordt". Dat netwerk bestaat uit CDA-leden of betrokkenen die zich verwant voelen met de kernbegrippen van het CDA. Dit past ook in de visie van de Raad voor het Openbaar Bestuur. Zij noemt het de 'knooppuntdemocratie' (Rob, 2012, p.50). Gesprekspartner Tamme de Leur heeft een idee hoe online netwerken binnen het CDA hierin kunnen ondersteunen:

> Ik denk dat 'eventspinnen' belangrijk is. Je moet iets bedenken en daar een ding van maken. Bijvoorbeeld een dag over duurzaamheid. Dat ga je dat groot maken met sociale media en Twitter. Dat moeten wel thema's zijn waar het CDA diep verbonden zit met de samenleving. Wat je daarvoor nodig hebt zijn ambassadeurs met een CDA-gevoel. Zorg als CDA voor training in social media en laat ze Twitteren en Facebooken. Ten tweede moet de relatie tussen Den Haag en het grondvlak worden versterkt. Sociale media maken het mogelijk om een netwerk visueel te maken. Doe

> maar gewoon wat je doet en maak het zichtbaarder. Je moet laten zien welke mensen op welke plek in welke branche zitten: Onderwijs <Klik>. Zorg <Klik>. Dan krijg je alle mensen die zich op dit onderwerp landelijk profileren. Je maakt gewoon een matrix. En je gaat zoeken naar invulling. Dan laat je zien dat CDA'ers heel actief zijn. Je moet aan het grondvlak laten zien dat wij niet van de tijdelijke oplossingen zijn. De enige manier om mensen aan je partij te binden door op de lange termijn geloofwaardig te zijn

Online visualisatie van een netwerk sluit aan bij de visie van gesprekspartner en CDA-adviseur bij de Europese fractie Dirk Gotink die stelt dat het CDA online een portaal moet worden. Geen kopstation, maar eens station aan een doorgaande lijn, zoals hij zijn visie verwoord.

Volgens de burgemeester van Losser, Michael Sijbom, moet het gebruik van online netwerken, zoals hij dat doet, altijd samengaan met offline activiteiten en ontmoeting. Deze paragraaf is kernachtig samen te vatten in de zin: *Preach what you practice.* De geloofwaardigheid van een boodschap binnen de netwerkgemeenschap vergt image-building. Jan van der Stoep stelt dat het essentieel is om als netwerkpartner te functioneren (2010).

4.7 Sociale implicaties van ICT

Deze paragraaf probeert twee invloeden van ICT op mens en samenleving in beeld te brengen en in relatie tot de maatschappijvisie van het CDA zoals verwoord in het Strategisch Beraad *Kiezen en Verbinden* (2012). We gaan in op de volgende ontwikkelingen: de exclusiviteit van de digitale netwerksamenleving en daarnaast de invloed van ICT in het dagelijks leven.

De exclusiviteit van de digitale netwerksamenleving

> In een mondiale economie maakt kennis het verschil. Nederland heeft een goed opgeleide beroepsbevolking. Maar in onze samenleving ontstaat een nieuwe kloof tussen lager- en hongeropgeleiden. Wetenschappers spreken zelfs van een nieuwe verzuiling op basis van opleiding. Mensen met verschillende opleidingsniveaus hebben nauwelijks contact met elkaar (Strategisch Beraad 2012, p.18).

Een belangrijk thema in deze thesis, en in het specifiek deze paragraaf is het *dualisme van de netwerksamenleving* (Van Dijk, 2005; 2012; Benkler, 2006). Er zijn factoren die de verbondenheid vergroten, maar ook zijn er consequenties voor de ongelijkheid omdat er nieuwe machtsverhoudingen ontstaan. Het recht van de sterkste is een belangrijke eigenschap van de netwerksamenleving. De nadruk ligt op het zelfredzame individu. Mensen met de meeste sociale en praktische vaardigheden hebben meer mogelijkheden dan ooit in een geïndividualiseerde, geautomatiseerde en flexibele samenleving. Er ontstaan nieuwe vormen van in- en uitsluiting. Daarin worden kwalificaties steeds belangrijker. Jan van Dijk onderscheid een polariserend

effect: moeilijk werk tegenover relatief gemakkelijk gestandaardiseerd werk, bijvoorbeeld caissière. Ook voorziet hij een ongunstig perspectief voor allochtone minderheden (Van Dijk, 2005, p.170-171). Het verschil zit o.a. in tijd om te leren, intelligentie, technisch inzicht en sociale bronnen (netwerken die motiveren deel te nemen) en culturele bronnen (status en andere culturele beloningen om deel te nemen) (Van Dijk, 2012, p.196). Daarnaast zijn er persoonlijke verschillen, zoals leeftijd, sekse en handicap. Al deze factoren bepalen de manier waarop media gebruikt wordt. Voor vaardige mensen liggen er veel mogelijkheden om kennis te genereren en netwerken te bouwen. Voor andere groepen is het te complex. Volgens Van Dijk zijn de consequenties voor een ongelijke toegang tot bronnen groot. Hij stelt dat toegang tot medianetwerken van belang is voor vrijwel ieders carrière (Van Dijk, 2012, p.196). Een voorbeeld zijn websites met vacatures. Een digitale kloof is een gevolg van mensen die goed met medianetwerken kunnen omgaan en mensen die het te complex vinden omdat ze er niet mee kunnen omgaan. Van Dijk beschrijft een aantal factoren waardoor een digitale kenniskloof ontstaat: er moet motivatie zijn, er moet fysieke en materiële toegang tot Internet zijn (2012, p.197-205). Daarnaast moeten mensen beschikken over digitale vaardigheden. Van Dijk geeft een definitie daarvan: "digital skills is the colllection of skills needed to operate computers and the Internet, to search, and select information in them, tot communicate with them, and to use them for one's own purposes, for example, by the creation of new web content" (2012, p.199).

Concluderend kunnen we het dualisme duidelijk zien. Digitale netwerken bieden veel mogelijkheden om nieuwe verbindingen te maken, jezelf te profileren en kennis te genereren. Een voorbeeld hiervan zijn educatieve programma's die zich richten op digitale platformen (Lister *et al*., 2009, p.243). Daar heeft het CDA nog geen visie op. Aan de andere kant stelt MITT-socioloog en cultuurpessimist Sherry Turkle dat er juist meer onveiligheid, isolatie en eenzaamheid is ontstaan door de toenemende complexiteit en de exclusiviteit van de netwerksamenleving. Een gevolg waar de hele samenleving de gevolgen van draagt wordt verwoord door Jan van Dijk. Hij stelt dat systemen steeds complexer worden. Een gevolg daarvan is dat de samenleving steeds afhankelijker wordt van experts. Dit zorgt tegelijkertijd ook voor meer kwetsbaarheid (Van Dijk, 2005, p.181).

Internet: sociale aanvulling of asociale vervanging?

Een ontwikkeling die nauwelijks door het CDA wordt benoemd is de invloed van digitale technologie en online media op sociale verhoudingen en routines tussen gezinnen, vriendschappen en verbanden. Waar vroeger de computer vooral werd gebruikt als tijdelijk instrument, leven we nu met computers met online verbindingen op zakformaat zoals smartphones en tablets. Mobiliteit is een kernbegrip van de netwerksamenleving volgens prof. Mark Deuze (2010, p.5). Twitteren, Facebooken, smsen, mailen, muziek luisteren en gamen worden *any place any time* gedaan. Alledaagse activiteiten versmelten: bijpraten, verliefd zijn, werken, winkelen en politiek actief zijn. Deuze waarschuwt vooral gevolgen van mobiele communicatie op lange termijn zoals fragmentatie, mensen ontplooien zich alleen rondom een specifieke interesse en niet rondom een groter verhaal. Hij stelt dat mobiele communicatie een

sterk anti-hiërarchisch karakter heeft (2012, p.9). Hij noemt hierbij het voorbeeld van een gezin waarbij traditionele rollen anders worden en de socialisatie meer individueel zal zijn. Mensen zoeken het zelf uit: weinig lange termijn binding, flexibele werknemers en instrumentele seks waarbij relatievorming niet meer het belangrijkst is, maar lustbeleving en materieel gewin (Deuze, 2010, p.9).

Er zijn optimistische en pessimistische geluiden over de invloed van nieuwe media. Utopisch en dystopisch. Utopisten zijn zogenaamde 'technologisch deterministen'. Zij kijken naar wat de technologie ons brengt. Ze hebben de visie dat techniek doorontwikkelt en invloed heeft op ons leven. Sceptici kunnen eerder worden geschaard onder de 'sociaal constructivistische'[20] richting: de macht van techniek wordt bepaald door wat je ermee doet. Dit zijn vaak de 'we moeten oppassen'- en de 'vroeger was het beter'- types. Hieronder worden beide perspectieven toegelicht in de context van sociale media.

Optimisten zien nieuwe creatieve vormen, efficiënter werken en veel meer beschikbare kennis. Bestaande verbanden worden versterkt door het gebruik van online sociale netwerken: "The Internet complements and even strengthens offline interactions, provides frequent uses for social interaction and extends communication with family and friends" (Katz en Rice, 2002, p.326). Hampton en Wellman (1999) concluderen dat internet moet worden gezien als een communicatiemiddel dat de gemeenschap van mensen niet zal uithollen of vervangen.

Pessimisten wijzen er echter op dat online media de kwaliteit van relaties verslechtert. Sherry Turkle is een belangrijke stem hierin. Zij zegt dat veel mensen hun emotionele leven delen via technologie. Turkle beschijft in haar boek *Alone Together* (2011) verontrustende ontwikkelingen in relaties en de manier waarop we zaken als privacy, gemeenschap, intimiteit en eenzaamheid verstaan. Turkle is vooral kritisch op de immer aanwezige connectiviteit via online media. Ze typeert dit als "illusion of companionship without demands of friendship". Ze signaleert een ontwikkeling dat Amerikaanse jongeren de hele dag naar elkaar Twitteren en Facebooken en Whatsappen. Volgens haar worden ze daardoor veel minder geconfronteerd worden met zaken die fysieke relaties brengen. Hoogleraar psychologie Lary Rosen is in de *NRC* heel duidelijk over de invloed van sociale media op de samenleving:[21] "Sociale media nodigen allesbehalve sociaal gedrag uit. Ze zetten juist aan tot anti-sociaal gedrag".

Een derde standpunt relativeert de vorige twee en zoekt het midden. Gesprekspartner Jan van der Stoep stelt dat er sprake is van een 'co-evolutie' tussen mens en technologie. De mens gaat media gebruiken en zoekt daarin weer naar nieuwe oplossingen. Volgens de Amerikaanse mediawetenschapper Henry Jenkins kost het tijd om nieuwe communicatievormen te leren en te integreren (2009, p.50). Dat is zeker het geval na het ontstaan van de ingrijpende 'life mix' tussen online en offline activiteit (Turkle, 2011, p.160). Ook gesprekspartner Hildebrand Bijleveld relativeert:

> Mijn zoon is geobsedeerd door zijn iPhone en is constant aan het communiceren. Hij weet het nieuws al heel snel. Maar hij is er geen andere jongen van geworden, ook zijn levensstijl is niet anders dan de mijne op zijn leeftijd. Hij eet, drinkt, fietst naar school,

heeft vrienden, gaat naar de kerk, moet gewoon weer huiswerk maken, sporten, drummen. Ik zie wel de opgefokte spanning die constante communicatie teweegbrengt. De rust van zelfstandig nadenken wordt ons ontstolen en de historische kaders van het nieuws ontbreken volledig. We leven in meer werelden tegelijk: op vakantie lezen we onze e-mail. We overschatten de virtuele wereld van het digitale in sociale zin. Het vervangt geen sociale bindingen, er komen er wel een paar bij. De sociale armoede is echter al van voor de ICT revolutie.

Volgens Jan van der Stoep is een belangrijk gevolg van de netwerksamenleving dat mensen zelf grenzen moeten aangeven voor wat ze belangrijk vinden. Dit een kenmerk van toenemende complexiteit. Traditionele grenzen tussen privaat en publiek zijn veel diffuser geworden door de digitale technologie en online verbondenheid (Van Dijk, 2012, p.206, Van der Stoep, 2010, Deuze, 2010). Via online sociale netwerken zijn veel netwerken van het individu met elkaar verbonden en via mobiele technologie zijn ze altijd en overal bereikbaar. Collega's zitten in hetzelfde online sociale netwerk als vrienden, gezin en mensen van de vereniging of de kerk. Deze grenzen moeten door mensen zelf aangegeven worden. Ook grenzen tussen werk, familie en ontspanning worden minder duidelijk. Gezette tijdstippen zoals de zondagsrust, het avondeten met de familie en speciale plaatsen zoals de slaapkamer, studeerkamer en woonkamer worden allemaal door technologie verbonden. Volgens Deuze moeten mensen vaak bereikbaar zijn in verschillende hoedanigheden.

Uiteraard beseft ook het CDA dat de samenleving aan veranderingen onderhevig is. Maar heeft het CDA voldoende inzicht op de rol van ICT daarin? CDA-prominent en ondernemer, Alex Schoep, denkt van niet. "Wij leven met ons hoofd nog in de '80-er jaren en zijn ons onvoldoende bewust van de paradigmashift waar we midden in staan" stelt Schoep op de website christendemocraat.nl.

> De afgelopen decennia hebben veelal nieuwe non-institutionele gemeenschappen gevormd. Die hebben zich veelal gevormd via nieuwe media, bijvoorbeeld groepen mensen met gemeenschappelijke interessegebieden die elkaar via het internet hebben gevonden. Die verbanden zijn wellicht minder hecht en kenmerken zich door hun tijdelijke karakter, maar ze laten zien dat mensen uiteindelijk altijd het contact met de ander zoeken. Het netwerk van de gemeenschappen vormt het weefsel van onze samenleving en is bron van vitaliteit en vernieuwing (Strategisch Beraad, 2012, p.16).

Deze notitie van het CDA verwijst naar virtuele gemeenschappen. De ontwikkeling van internet, in het specifiek de Web 2.0 heeft voor een enorme opmars van gemeenschapsvormen in elektronische omgevingen gezorgd. Jan van Dijk geeft de volgende definitie: "virtuele gemeenschappen zijn verzamelingen van mensen die niet gebonden zijn aan tijd, plaats en andere fysieke of materiële omstandigheden dan die van de mensen en de media die ze mogelijk

maken" (Van Dijk, 2004, p.183). Ze staan tegenover organische gemeenschappen zoals familie, vereniging of werkplek. Over het algemeen bestaan deze gemeenschappen uit mensen met specifieke interesses of activiteiten. Virtuele gemeenschappen hebben gezorgd voor nieuwe hoop in het op het herstel van gemeenschapsvormen (Zie: Rheingold, 1993). Ook het CDA lijkt in de gegeven passage daarnaar te verwijzen. Het blijft in ieder geval vaag. Van Dijk is kritisch hierop. Hij stelt dat verlies van traditionele gemeenschapszin niet goed gemaakt kan worden door middel van virtuele gemeenschappen. Het is vooral een aanvulling: "De uitdaging voor de toekomst is dus de wederzijdse verrijking en versterking van virtuele en organische gemeenschappen (Van Dijk, 2004, p.184). Dat lijkt geen onbelangrijke constatering voor een partij die decennia lang in ieder geval het sterkste netwerk had onder de organische gemeenschappen in Nederland, maar ook in Europa. Nu de virtuele nog.

Conclusies

In dit hoofdstuk hebben we bekeken wat de gevolgen zijn van digitale samenleving voor het CDA. Eerst hebben we gezien dat deze sociaal-conservatieve politieke partij een plek in het midden van het politieke spectrum inneemt en dat ze vier beginselen heeft op basis van het bijbels evangelie. Vervolgens hebben we de positie in de huidige samenleving verkend. Het lijkt erop dat het CDA op zoek is naar een nieuw electoraat in de geseculariseerde samenleving. Daarin lijkt ze het aanzienlijke christelijk geïnspireerd potentieel te vergeten.

Het CDA heeft een groot netwerk. Online netwerken kunnen helpen om deze netwerken beter te benutten, visueler te maken en de relatie met het grondvlak van de partij versterken.

Tenslotte hebben gekeken naar de invloed van ICT op de samenleving in relatie tot de visie van het CDA. De netwerksamenleving lijkt een paradox te brengen: het versterkt offline netwerken en maakt het gemakkelijk om informatie en sociaal kapitaal te managen. Tegelijkertijd brengt het ook afstand voor mensen die niet over voldoende vaardigheden of toegang beschikken.

Conclusie

Deze thesis verkent de positie van de digitale netwerksamenleving in politiek en democratie. Centraal daarin staat de vraag hoe het CDA inspeelt op de uitdagingen en mogelijkheden. Digitale technologie en online medianetwerken hebben namelijk impact op de organisatie van de samenleving, de mondigheid van mensen en online netwerken zijn dominant in het publieke debat. Wat zijn de kansen en de risico's?

Door online media en digitale technologie zijn mensen zich steeds meer gaan organiseren in zogenaamde netwerken. In hoofdstuk 1 concludeerden we dat de metafoor van de netwerksamenleving tot een wetenschappelijke discours heeft geleid. De Spaanse socioloog van Berkeley, Manuel Castells, en de Nederlandse communicatieprofessor van de Universiteit Twente, Jan van Dijk, zijn de belangrijkste theoretici van de netwerksamenleving. Zij zijn het erover eens dat digitale netwerken het zenuwstelsel van de samenleving zijn geworden. Verschil tussen hun visies zit in het gegeven dat Castells nadruk legt op de netwerken zelf als technologie en de invloed daarvan. Hij is meer deterministisch dan Van Dijk die de netwerken verbonden individuen of groepen benadrukt.

Hoofdstuk 2 evalueert de positie van de politiek binnen de huidige digitale (media)samenleving. Historisch gezien wordt de massasamenleving steeds meer beïnvloed door de digitale netwerksamenleving. Online platforms en sociale media geven de burger een stem. Individuen en groepen hebben in potentie een groot bereik en een aanzienlijke invloed. Manuel Castells typeert deze ontwikkeling als 'mass self-communication'. In paragraaf 2.3 is onderzocht in hoeverre dit leidt tot een meer directe vorm van democratie. Het blijkt dat zoiets vrijwel onmogelijk is op nationaal niveau te organiseren. Dat komt doordat de meeste burgers niet geïnteresseerd zijn in de politiek. Ze vinden een representatieve democratie prima. Een andere belangrijke reden is dat ze geen genuanceerde kennis hebben.

Gesprekspartner Chris Aalberts stelt ook dat mensen juist de dingen zeggen die zij belangrijk vinden, maar die niet perse het belangrijkste voor het land zijn. Luisteren daarnaar wordt een vorm van populisme. Online media vormen een 'countervailing power' waar politieke partijen erg rekening mee moeten gaan houden; alle mensen kunnen zich profileren en organiseren via internet. Mensen kunnen zich vooral gemakkelijk rondom een specifieke interesse organiseren en daarmee gezamenlijk een aanzienlijke invloed uitoefenen. Een recent voorbeeld hiervan is G500. Voor een politieke partij is het belangrijk om aan te haken bij (online) initiatieven en de (potentiele) invloed daarvan te doorgronden. Volgens de WRR gaat het er in de netwerksamenleving om, om de burgers meer te vertrouwen op de bottom-up initiatieven van burgers (2012, p.192). Het CDA zou bijvoorbeeld online initiatieven kunnen steunen die binnen de CDA-visie passen. Op lokaal niveau kan online media wellicht wel een bepaalde vorm van directere democratie brengen, zoals de fractieleider van het CDA in de gemeente Renkum in de praktijk brengt.

In de laatste paragraaf van het hoofdstuk is gekeken naar de rol van sociale media. Aan de ene kant bieden sociale media de kans om netwerken te bouwen en betrokkenheid te creeren bij een politieke partij. Aan de andere kant kan er ook sprake zijn van een fenomeen dat lijkt op 'Das Gesundes Folksemfinden', waarbij burgers met hun gezamenlijke online stem een hetze tegen een groep of een persoon een enorme omvang kan geven en de mening van 'het volk' steeds belangrijker wordt. Daarnaast presenteren veel mensen hun opinies als feiten en is de waarheidsvinding onduidelijker met een zeer groot aantal zenders.

In het hoofdstuk 3 zagen we welke strategische acties er nodig zijn in digitale netwerken nu veel mensen verbonden zijn met online netwerken. Er is een bepaalde vorm van netwerkcharisma of mediageniekheid nodig om een invloedrijke factor te zijn in online netwerken. Om dit uit te werken zijn verschillende aspecten benoemd en beschreven waartussen een balans moet zijn. Expertise alleen is goed, maar niet genoeg voor het communiceren in online netwerken. Het essentieel om dit op een authentieke manier te doen en hier verbindende taal en humor bij te gebruiken.

Daarnaast bieden online netwerken een rijke kennisbron om te leren van argumentatie en teneur. Snappen mensen de CDA boodschap? Waarom niet? Waar wel? Ook kunnen er netwerken gevonden om bij aan te sluiten. In deze thesis wordt dit 'online luisteren' genoemd. De strategische onderwerpen uit deze paragraaf worden in praktijk gebracht door de burgemeester van Losser. Hij wist een online netwerk te bouwen met de inwoners van zijn Overijsselse gemeente. Hij benadrukt – net als anderen - dat online niet zonder offline kan.

In het laatste hoofdstuk staat het CDA in het middelpunt. De grootste netwerkpartij van weleer, heeft het moeilijk in de moderne netwerksamenleving. Hoe kan dat? Na een verkenning van de identiteit van deze partij en haar rol in het politieke spectrum, keken we naar de huidige positie van het CDA in relatie tot de eisen van de netwerksamenleving. Het lijkt er op dat alle geraadpleegde deskundigen algemene stellingnames weinig kans geven van slagen. Hun uitgangspunt is dat het CDA niet moet schuwen om duidelijkheid te bieden over wie ze is en wat haar visie op de samenleving is vanuit haar (op bijbels Evangelie geïnspireerde) beginselen. Juist in een gefragmenteerde samenleving waarin mensen in aanraking komen met allerlei overtuigingen en waarbij kiezers in plaats van loyaal te zijn als een zwerm vogels van koers kunnen veranderen, is een stabiele heldere koers noodzakelijk. Oud-campagnestrateeg van het CDA Alex Schoep is hier heel duidelijk in. Hij zegt dat het CDA niet moet vragen, stem op 'ons'. Als het CDA een herkenbare en onderscheidende koers vaart, dan kan de partij, volgens Schoep, rond verkiezingstijd een netje in de lucht houden om kiezers uit de onvoorspelbare zwerm te vangen.

Verder is duidelijk, dat het CDA een diepgewortelde partij is in Nederland. Online netwerken bieden een mogelijkheid om klassieke netwerken te visualiseren en de relatie met de achterban en electoraat te verbeteren.

Tenslotte worden in dit hoofdstuk twee invloeden van ICT benoemd in relatie tot de samenlevingsvisie van het CDA. Dit zijn de exclusiviteit van de netwerksamenleving en de invloed van ICT op het dagelijks leven. In beide ontwikkelingen is een paradox te zien. Aan de

ene kant brengen netwerken nieuwe verbindingsmogelijkheden, een eigen stem en kennisbronnen. Maar door o.a. gebrek aan toegang of onvoldoende vaardigheden om hiermee om te gaan ontstaat er een kloof tussen mensen die het potentieel gebruiken en degenen die dat niet doen of kunnen. Dat betekent dat de politiek, naast het feit dat er meer ruimte moet zijn voor bottom-up burger initiatieven, juist een oog moet hebben voor de mensen die daaraan niet mee kunnen doen en dreigen af te haken in de samenleving. Ook zijn bepaalde vaardigheden nog belangrijker in een door netwerken georganiseerde samenleving, zoals het stellen van grenzen aan levenssfeer doorbrekende netwerken.

Een rode lijn in deze thesis is het online verbinden met netwerken van een politieke partij. Dat kan met initiatieven uit de maatschappij, maar ook met het eigen netwerken en netwerken rondom zwakkeren van de samenleving. Dit moet op een overtuigde authentieke manier gebeuren. Visualiseer je standpunt op een consistente manier. De digitale samenleving maakt dat informatie (goed en slecht) onmiddellijk bij de kiezer bekend wordt. Congruente beeldvorming (leer en leven) is daarbij cruciaal voor de geloofwaardigheid. Het komt op het volgende neer: *practice what you preach.* En in het geval van digitale netwerken: *preach what you practice.*

Bibliografie

Anderson, Chris (2006) 'The Long Tail; Why the Future of Business Is Selling Less of More' New York: Hyperion

Aslander, Martijn; Witteveen, Martijn (2010) 'Easycratie: de toekomst van werken en organiseren' Academic Service.

Arend, S. van der (2007) 'Pleitbezorgers, procesmanagers en participanten. Interactief beleid en de rolverdeling tussen overheid en burgers in de Nederlandse democratie' Delft: Eburon.

Barabási, Albert-László, and Eric Bonabeau (2003) 'Scale-Free Networks' In: Scientific American, no. 288, pp. 60-69

Beal, Andy; Strauss, Judy (2008) 'Radically Transparent; Monitoring and Managing Reputations Online' Wiley publishing Inc.

Benkler, Yochai (2006) 'The Wealth of Networks; How Social Production Transforms Markets and Freedom' Yale University Press.

Boeije, Hennie (2005) 'Analyseren in kwalitatief onderzoek' Boom Onderwijs

Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007) 'Social network sites: Definition, history, and scholarship' In: Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11

Bryman, A. (2008) 'Social Research Methods, third edition' Oxford University Press

Buijs, Govert (2011) 'Gespreide verantwoordelijkheid: ruim baan voor bevlogenheid en Kleinschaligheid' In: Waardevast, Den Haag: Wetenschappelijk Instituut voor het CDA

Calavita, M (2004) 'Idealization, inspiration, irony: Popular communication tastes and practices in the individual political development of Generation X'ers' In: Popular Communication, 2 (3),pp.129-151

Castells, Manuel (1996) 'The rise of the network society. The information age: economy, society and culture', Malden, ma: Blackwell.

Castells, Manuel (1998) 'End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. III' Oxford, UK: Blackwell

Castells, Manuel (2002) 'The Internet Galaxy' Oxford University Press

Castells, Manuel (2007) 'Communication, Power and Counterpower in the Network Society' In: International Journal of Communication 1 pp. 238-266

Castells, M (2009) 'Communication Power' Oxford: Oxford University Press

Castells, Manuel (2010) 'The Power of Identity' Blackwell Publishing Ltd.

CDA Strategisch Beraad (2012) 'Kiezen en Verbinden: politieke visie vanuit het radicale midden' CDA

Chialdini, Robbert (2009) 'Influence; The Psychology of Persuasion' Harper Press

Fowler, J.H. en N.A. Christakis (2009) 'Connected. The surprising power of our social networks and how they shape our lives', New York: Little, Brown and Company.

Commissie Frissen (2010) 'Verder na de klap; evaluatie en perspectief' Den Haag: CDA

Coté, M; Pybus, J. (2007) 'Learning to Immaterial Labour 2.0: MySpace and social networks' In: ephemera, volume 7, no 1, pp. 88-106

Crawford, Kate (2009) 'Following you: disciplines of listening in social media' In: Continuum: journal of Media&Culture Studies Vol. 23, No 23, No.4, pp.525-535

Cross, Mary (2011) 'Bloggerati, Twitterati; How Blogs And Twitter Are Transforming Popular Culture' Preager Press
Deuze, Mark (2010) 'Mobiliteit en leven in media' Den Haag: RMO
Deleuze, Gilles (1995) 'Postscript on Society on Control' In: Negotiations, New York: Columbia University Press
Dijk, Jan van (2005) 'De Netwerksamenleving' Kluwer
Dijk, Jan van (2012) 'The Network Society' SAGE Press
Dijk, Jan van; Winters-van Beek, Anneleen (2008) 'The Perspective of Network Government; The struggle between hierarchies, markets and networks as modes of governance in contemporay government' In: A. Meijer et al. (2008) 'ICTs, Citizens & Governance: After the Hype!, IOS Press Series 'Innovation and the Public Sector'
Donk, Wim van de en Pieter Tops (1994) 'Informatisering en democratie: Orwell of Athene' In: A. Zuurmond e.a., Informatisering in het openbaar bestuur, 's-Gravenhage: VUGA.
Fitton, Laura; Gruen, Michael E; Poston, Leslie 'Twitter for Dummies' Wiley Publishing, Inc.
Frissen, Paul (2002) 'De rol van de Overheid in de informatiesamenleving' Lezing. Info Dome: Crash Course InfoPolitics
Frissen, Leon (2011) 'De verFrissing van het CDA' Den Haag: CDA
Gisteren, Rein Van (2010) 'Overheidscommunicatie versus burgercommunicatie; en hoe men iets dichter langs elkaar heen zou kunnen praten' Verkregen op 25 juni 2012 via http://hclc.nl/author/rein/page/2/
Grinsven, Rob, Van (2010) 'Het Netwerk Imaginaire; een analyse van de netwerkmaatschappij als metafoor voor het moderne verlangen' Verkregen op 24 juni 2012 via www.communicatieonline.nl/opinie/bericht/manifest-maatschappelijk-verbonden-overheidscommunicatie
Gruner, C. R. (1978) 'Understanding Laughter: The workings of humor' Chicago, IL: Nelson-Hall.
Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006) 'How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability' Field Methods, 18(1): pp.59-82.
Hampton, K.N; Wellman, B. (1999) 'Netville on-line and off-line: Observing and Surveying a Wired World' In: American Behavioral Scientist, 43 (3): pp. 475-492.
Hazenberg, Katja (2011) 'Zelfpresentatie in microbloggen' Masterthesis Nieuwe Media en Digitale Cultuur
Hendriks, Frank (2002) 'Representatieve politiek in de netwerksamenleving: Problemen en perspectieven' In: Bestuurskunde, 11(07): pp. 265-279
Hindman, Matthew (2009) 'The Myth of Digital Democracy' Princeton University Press
Jacobs, Kristof; Spierings, Niels (2012) 'Marginal but significant: the impact of social media on preferential voting' Paper presented at ECPR Joint Sessions, Antwerp 10-15 april 2012, pp.1-24
Jansen, J; Zhang Mimi (2009) 'Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth' Journal of American Society for information Science and Technology 60, 11. pp.2169-2188
Java, A., X. Song, T. Finin, en B. Tseng. (2007) 'Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities' In: Proceedings of the Joint 9th WEBKDD and 1st SNA-KDD Workshop
Jenkins, Henry; Thorburn, David (2004) 'Democracy and New Media' The MITT Press
Jeninks, Henry (2006) 'Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century' MacArthur
Kansu-Yetkiner, N. (2006) 'Blood, Shame and Fear: Self-Presentation Strategies of Women Talk about their Health and Sexuality'
Katz, James; Rice, Ronald (2002) 'Social Consequences of Internet Use' The MIT Press

Kerkhof, P., Beukeboom, C., Utz, S. & Waard, de, J. (2010) 'Het vermenselijken van een bedrijf: effecten van persoonlijke vs. onpersoonlijke bedrijfsreacties op negatieve online consumenten reviews' Paper gepresenteerd op Etmaal van de communicatiewetenschap, Gent. Bekeken op 10 juli 2012 via ww.peterkerkhof.info/wordpress/wp-content/uploads/Abstract-Etmaal-Communicatiewetenschap-2010.pdf

Kerkhof, P; Vonkeman, C.; Beukeboom, C., & Utz, S. (2011) 'Customer Service as PR: Audience Effects of Customer Care in Social Media'. Department of CommunicationScience. VU University Amsterdam. Amsterdam

Lister *et al*. (2009) 'New Media; A Critical Introduction' New York: Routledge

Miller, V (2008) 'New Media, Networking and Phatic Culture Convergence' In: The international Journal of Research in New Media Technologies, 14 (4), pp.387-400

Morozov, Evgeny (2011) 'The Net Delusion. How not liberate the world' New York: PublicAffairs

Morssinkhof, Gerald; Regtvoort, Frank; Siepel, Hans (2010) 'Maatschappelijk Verbonden Overheidscommunicatie'

O'Neill, Mattieu (2009) 'Cyberchiefs Autonomy and Authority in Online Tribes' Pluto Press

Raad voor Maatschappelijk Ontwikkeling (2011) 'De nieuwe regels van het spel' Den Haag: RMO.

Raad voor het Openbaar Bestuur (2010) 'Vertrouwen in de democratie' Den Haag: Rob

Raad voor het Openbaar Bestuur (2012) 'In gesprek of verkeerd verbonden? Kansen en risico's van sociale media voor de representatieve democratie' Den Haag: Rob

Scholtes, Erna (2012) 'Transparantie, icoon van een dolende overheid' Boom Lemma uitgevers

Schudson, Michael (1998) The Good Citizen: A History of American Civic Life' Free Press

Sociaal Cultureel Planbureau (2004) 'Achter de schermen; Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten' Den Haag: SCP

Sociaal Cultureel Planbureau (2012) 'Burgerperspectieven' 2012| 2, Den Haag: SCP

Spierings, Niels; Jacobs, Kristof (2012) 'Marginal but significant; The effect of social media usage on preference votings in the Dutch 2010 election' Paper presented at ECPR Joint Sessions, Antwerp, 10-15 April.

Sprangenberg, Frits; Lampert, Martijn (2009) 'De Grenzeloze Generatie' Nieuw Amsterdam

Stoep, J. van der (2009) 'Geloof als logo: reputatie en geloofwaardigheid van religieus geinspireerde organisaties in een netwerksamenleving' Lectorale rede, Christelijke Hogeschool Ede.

Stoep, J. van der (2010) 'Overleven levensbeschouwelijke organisaties de netwerksamenleving?' In: Radix 36-2 pp.100-113

Taylor, Charles (2010) 'Een seculiere tijd' Lemniscaat

Te Grotenhuis et al (2012) 'Tanend appel; De bijdrage van ontkerkelijking en ontzuiling aan het aantal zetels in de Tweede Kamer, 1970 –2010' Religie en Samenleving juni 2012

Turkle, Sherry (2011) 'Alone Together' Basic Books

Vasterman, Peter (2010) 'De Digtale Schandpaal; De invloed van internet op het verloop van affaires en schandalen' In: Tijdschrift voor Communicatiewetenschap 38 [2]

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid 'Vertrouwen in Burgers' Amsterdam University Press

Wijman, Erwin (2012) 'De Nieuwe Jack' In: Adformatie 6 / 16 februari 2012 pp. 16-18

Wijk, Kees van (2003) 'De Media-explosie' Acamdemic Service

Willemsen, L.; Noort, G. van (2011) 'Caring for webcare: Effects of proactive versus reactive corporate interventions in online consumer interactions on weblogs. Paper gepresenteerd op het Etmaal van de communicatiewetenschap, Enschede.

Witte, J. de; Mathies, E (2005) '25 jaar CDA; tussen macht en inhoud' Tirion Uitgevers

Bijlagen

Bijlage 1: Gesprekspartners

Interviews met: (op alfabetische volgorde)

Aart Paardekooper
Hoofd Omgevingskennis en Communicatie Ministerie van OCW

Alex Schoep
Communicatieprofessional en voormalig campagnestrateeg CDA

Chris Aalberts
Docent politieke communicatie Haagse Hogeschool en Erasmus Universiteit

Dirk Gotink
Beleidscoordinator Europa delegatie CDA

Ger Koopmans
Tweede Kamerlid CDA

Hildebrand Bijleveld
Journalist en directeur van Free Press Unlimited

Jan van der Stoep
Lector media in de publieke ruimte en docent Filosofie aan de Vrije Universiteit

Karlijn Goossen
Docent Christelijke Hogeschool Ede Communicatie & Media

Michael Sijbom

Voormalig campagneleider CDA en burgemeester van Losser

Rien Fraanje
Senior adviseur Raad voor het Openbaar Bestuur

Tamme de Leur
Voormalig programma-manager Evangelische Omroep en directeur Meta Story Media

Tom van der Meer
Universitair hoofddocent Politieke Wetenschappen UvA

Willem Aantjes
Oud-partijleider ARP en CDA

Wim van de Camp
Fractieleider CDA-delegatie Europa

Bijlage 2

Rien Fraanje

8 juni 2012 9u – 10.30u

Senior Adviseur Raad voor het Openbaar Bestuur

Medeauteur van het rapport *In gesprek of Verkeer verbonden?* (2012)

F: Bij het partijbureau hebben ze een Delfts bureau ingeschakeld om naar de toekomst van hun partij te kijken. Ze hebben ook veel mensen gesproken. Ook mij. Een paar dagen geleden hebben ze de eindpresentatie gehad. Daar waren ze helemaal enthousiast over. Ze hadden zoiets van: laat de verkiezingen maar snel komen, dan kunnen we daarna snel aan de slag met de toekomst. Ze zien de campagne als transitiefase.

D: Mijn vraag is dus wat de eigenschappen van de netwerksamenleving zijn hoe dit te rijmen is met het CDA.

F: Wat ik zie is dat je als mens en als organisatie niet meer eenduidige identiteit hebt, maar dat je deel uitmaakt van verschillende groepen identiteiten en ook daarmee verbonden bent. Voorheen woonde je in een dorp, daar werkte je, daar ging je naar voetbal en naar de kerk. Op school ontmoette je dezelfde kinderen als in de kerk en op voetbal. Allemaal overzichtelijk. Je stapt nu op de auto en je gaat naar je werk 50 kilometer verder. Je gaat weer uiteten met mensen die deel uitmaken van een andere wereld. Mensen maken deel uit van verschillende werelden en die zijn gelinkt met elkaar, maar het is niet meer eenduidig dat je van een duidelijk omschreven gemeenschap deel uitmaakt. Je maakt uit van verschillende deelgemeenschappen. Dat is een eigenschap van de netwerksamenleving. En dat wordt nu versterkt door internet/sociale media. Omdat je dan in staat bent om met mensen die nog verder af wonen in contact te blijven. Als je in de begin jaren 90 naar Amerika, ik had het daar laatst met iemand over, dan gingen veel vrienden verloren. Als je nu zegt dat je drie jaar naar de Verenigde Staten gaat maak je een Facebook account aan of een blog waar je foto's op zet. En je maakt afspraken via Skype. Met sociale netwerken kom je mensen tegen uit een oud leven, waarmee je weer bij kunt praten. Ik moet voor mijn werk binnenkort naar Maastricht. Dan denk ik hé, ik zag laatst dat pietje in Maastricht woont tegenwoordig. Laat ik hem even een berichtje sturen, zodat we mogelijk kunnen afspreken. De sociale media versterken het alleen maar.

D: Wat is belangrijk geweest in de ontwikkeling van de netwerksamenleving?

F: De sociale media versterken het alleen maar. Het heeft veel meer te maken met vaste ontwikkelingen zoals individualisering en secularisering. Door de individualisering gaan mensen veel meer zelf bepalen waarvan ze gaan uitmaken. Veel meer keuzes. Er is ook onderzoek dat mensen daarin helemaal vrij zijn om hun levensstijl te kiezen. De nieuwe invloeden zijn veel

meer marketing en grote bedrijven. Je neemt niet alles meer voor waar aan. Je kunt ook meer je eigen keuzes dus bepalen. Ik heb voor een rapport geschreven 'vertrouwen in de democratie'. Daarin zet ik verschillende tendensen zeer.
D: Waar gaat het heen? Waar zijn we bijvoorbeeld over 10 jaar? Is het dan sterker geworden?
F: Waar het aan het heen aan het gaan is, afgezien dat we het bijna niet kunnen voorspellen door de snelheid, zijn twee ontwikkelingen. De eerste is dat hoe groter de wereld wordt en hoe complexer, er steeds meer nostalgische behoefte naar kleinschaligheid en menselijke maat als effect daarvan blijft bestaan. Dat is geen tegenbeweging, maar het gaat samen met. Mensen durven de wereld in te gaan. Daarnaast moet er wel een lokale plek zijn, waar mensen zich veilig voelen. Mensen hebben behoefte aan gemeenschappen. Dat is een enorme kans voor het CDA. Het CDA is een van de weinige partijen die daar affiniteit mee heeft en onderkent. Het risico voor het CDA is dat ze in een soort nostalgisch escapisme vervallen. Dat moet het verhaal niet zijn. Het verhaal moet zijn: je kunt de complexiteit niet tegenhouden, maar om de complexiteit hanteerbaar te maken moet we ook overzicht creëren. Ik denk dat het CDA kritisch moet zijn op gemeentelijke herindeling. Voor sommige groepen kan de complexiteit te groot worden en dan haken ze af. Ze haken af van hun politieke participatie en hun participatie in de samenleving. Ze kunnen het dan niet meer overzien. Het verhaal van het CDA zou moeten zijn dan ze enorme kansen in de mondialisering ziet. Nederland heeft de toerusting om er enorm van te profiteren. Tegelijkertijd moet er overzicht gecreëerd worden en tegelijkertijd de behoefte van mensen naar overzichtelijke gemeenschappen. Het tweede punt is dat er echt een groep in de samenleving aan het ontstaan is van mensen die het niet kunnen bijbenen. Dat vind ik een enorm risico. Ik weet ook niet zo snel het antwoord daarop hoe daarmee om te gaan. Dat moet wel geagendeerd worden.
Dat wordt versterkt. Het gaat over mensen die het tempo niet kunnen bijhouden. Je moet voortdurend kunnen schakelen: met wie heb ik te maken. Je moet kunnen aanpassen. Oude zekerheden vervallen. Je moet veel meer zelf verantwoordelijk zijn voor het vormgeven van je zekerheden. Voortdurend in opleiding zijn. Sommige mensen kunnen ermee omgaan. Er is ook een deel dat daar niet voor toegerust is. Daar moeten we een oplossing voor bedenken. In het belang van hun, maar ook voor de stabiliteit van de samenleving. Je moet die mensen ook een plaats geven. Je moet ruimte en functies creëren voor mensen die dat niet bij kunnen benen.
D: De netwerksamenleving versterkt het wel.
F: Wat voor jou misschien ook wel relevant is, is het rapport Vertrouwen in burgers dat de WRR twee weken geleden heeft uitgebracht. Het is het rapport van Pieter Winsemius. Die gaat uit van vier groepen. De verantwoordelijken, de volgzamen, de pragmatici en de critici. Voor een deel kan dit door opleiding worden ingedeeld. De verantwoordelijken en de pragmatici zijn allebei hoogopgeleid, maar gaan verschillend met hun identiteit om. De verantwoordelijken hebben veel vertrouwen in de medemens, de politiek en de toekomst. Een interessante groep is de critici. Die is wel afgehaakt. Een interessante groep zijn de volgzamen. Dat is een echte CDA-groep volgens mij. Laagopgeleid. In potentie volgen ze de politiek, willen ze ook bijdragen. Maar ze hebben een lager zelfvertrouwen. Maar het is ook de groep die als alles door blijft gaan richting

schaalvergroting af kan haken.
D: Is dat ook een groep die zich nu aangesproken voelt tot de SP? Meer gelijkheid etc.?
F: Ja, zeker. Ik heb zelf het gevoel dat de SP probeert salonfähig te worden en daarmee spagaat maakt. Ze proberen de critici aan te spreken. Daarin wisselen ze met de SP. Het CDA heeft een enorme kans om de volgzamen aan te spreken. Het gaat om hele belangrijke mensen in de samenleving, het hart van de samenleving. De leraren, de mensen in de zorg. Die mensen die net te weinig verdienen voor het werk dat ze doen. Heel veel van die mensen gaan naar de SP. De SP heeft veel mensen overgenomen van het CDA. Met de volgzame critici wil ik zeggen dat ze het niet kunnen bijbenen als het te complex wordt. Je moet ze erbij betrekken.
D: Hoe moet je dat doen? Ik zag het verkiezingsprogramma 'iedereen'. Dat vond ik typisch CDA. Is het nodig om een duidelijke identiteit te kiezen in de netwerksamenleving? Duidelijk groepen aanspreken?
F: Dat vind ik wel een lastige. Dat is typerend aan een netwerksamenleving. Voorheen was het een zuil. Dan was je identiteit duidelijk afgebakend. Als je je aanpaste aan de zuil, was je in bepaalde mate zeker van een electorale achterban. Aan de ene kant zou je zeggen dat je niet een catch-all partij kunt zijn. Aan de andere kant maakt het een land zo moeilijk bestuurbaar als je een doelgroep kiest. Dan krijg je allemaal partijen op de flanken. Die weten dat ze een bepaalde positie hebben verworven die ze ook door onderzoeken kunnen onderbouwen. Met motivaction kunnen ze zeggen dat ze horen tot de hedonisten etc. Die willen we niet kwijt. Omdat we ze niet kwijt willen, maken we punten niet onderhandelbaar. Iemand anders valt weer in een andere levensstijl. Dat maakt het land onbestuurbaar. Volgens mij, en dat heb ik bij het Strategisch Beraad ook gezegd, moet het CDA proberen een middenpartij te zijn. Juist tegen de polarisatie. Een partij te zijn die meerdere mensen aanspreekt. Dus de hoogopgeleide stadsbewoner, maar ook de timmerman in het dorp.
D: Ja precies, maar hoe doe je dat? In zo'n samenleving waarin mensen op issues kiezen?
F: Ik denk het wel kan, maar dat het moeilijk is. Ik denk dat het belangrijk is om een groter verhaal te vertellen dan alleen het belang aanspreken van een doelgroep. Het grote verhaal over wat voor Nederland willen we zijn, wat hebben we nodig en welke bijdrage kunt u, ongeacht uw achtergrond, daaraan bijdragen. Het grote verhaal van we hebben het lastig, maar we hebben in potentie alles in ons om de crisis door te komen. Eerst moet je het grote verhaal schetsen waar je naar toe wilt, in plaats van een belangenvereniging te zijn van dan staan wij pal voor de vakmensen en bij ons gaat de AOW leeftijd niet omhoog.
D: Moet dat dan een duidelijker verhaal zijn met een vijand en een verlosser? De partijen aan de flanken doen dat ook. Is dat nodig om op te vallen in de netwerksamenleving?
F: Tegenwoordig is het gemakkelijker om te zeggen waar je niet voor staat als politieke partij en waar je tegen bent, dan te zeggen waar je wel voor bent. Wij zouden kunnen zeggen dat we niet zijn voor polarisatie en het afzetten tegen mensen en de SP zeggen dat ze NIET zijn voor de verhoging van de AOW-leeftijd. Er komt geen alternatief bij hoe we ons land concurrerend kunnen houden voor die netwerkwereld. Het zou in die zin van de middenpartijen moeten komen die niet de antithesis moet vertellen hoe het niet moet, maar juist het verhaal vertellen

waar het wel naar toe moet. En dan komen er veel meer aspecten bij. De rol van de media is heel gecompliceerd omdat ze niet toestaat om in meer dan drie zinnen een groter verhaal te vertellen. Want ook dan geldt weer dat het in de medialogica veel gemakkelijker is om te zeggen "ik vind het schandalig". Dat is een veel mooiere quote in vier woorden. Dat past veel beter in de soundbites en de formats van de televisie in plaats van dat je probeert om in drie zinnen te zeggen "nee zo is het niet, het ligt ingewikkelder…" En dan je verhaal gaan vertellen. Dan zijn Matthijs van Nieuwkerk en Jeroen Pauw alweer afgehaakt.

D: Ik las gisteren een stukje in Castells dat de boodschap 'infotainment' moet zijn tegenwoordig. Hoe moet dat als CDA, als je dat verhaal wilt vertellen?
F: Dat is ook razend lastig. Dat kan bijvoorbeeld zijn door keuzes te maken en niet meer. Aan de andere kant ligt er met sociale media ook weer een enorme kans. De journalisten hebben enorme sterke functie als intermediair tussen de politieke partij en de kiezer. Je kunt het dan veel meer zelf bepalen en je eigen gemeenschap vormen en zelf bepalen hoe je de boodschap wilt vertellen. Je kunt de intermediair er tussen uit halen. De nieuwe media zijn vooral krachtig in combinatie met oude media. Een filmpje op YouTube wordt vaak bekeken als het in 'De wereld draait door' even is laten zien. Je kunt met sociale media er ook voor zorgen dat je minder afhankelijk bent van Mathijs van Nieuwkerk en Pauw en Witteman en dat je op een andere manier je verhaal kunt vertellen. Misschien worden die nog onvoldoende gebruikt. Kijk naar afgelopen maanden. Zo'n Martijn van Dam van de PvdA. Hij wordt gezien als een van de Young Bright Men van de Partij van de Arbeid. Hij wordt bij 'De wereld draait door' de oren gewassen door Matthijs van Nieuwkerk en hij is weg de rest van de campagne. Spies bereidt zich even te weinig voor, voor een interview bij Nieuwsuur, waarbij ze met vlekken in haar gezicht iets probeerde goed te praten wat ze 's ochtends bij de Volkskrant heeft gezegd. Ze is daarna ook weg in de campagne. Van Haersma Buma heeft gegokt en gewonnen door naar Paul de Leeuw te gaan. Het had ook verschrikkelijk mis kunnen gaan. Hij doet daar mee aan de infotainment. Dat hoeft niet. Kijk naar Bolkesteijn. Ja, het was in een andere tijd, maar hij deed niet mee aan de infotainment. Toen begon de popularisering. Hij stelde zich elitair op. Dat waardeerden mensen wel, want hij was authentiek. Maar middenpartijen hebben het veel moeilijker dan partijen op de flank die het anti-verhaal als verhaal hebben. In een pessimistische bui zeg ik weleens dat we een parlementaire democratie hebben geformeerd waarin de echte problemen niet meer aan de orde komen en de goede mensen zich niet meer willen inzetten. Ik blijf me altijd, los van dat hij als fractieleider misschien niet goed was, verbazen dat het zo weinig stemmen heeft gescheeld dat Job Cohen onze premier was geweest. Ik blijf toch geloven en denken dat hij een hele goede premier was geweest. In die campagne is hij door de medialogica kapotgemaakt door onzinvragen als "hoeveel kost een halfje Tijger" Bij het lijsttrekkersdebat deed hij het helemaal niet slecht, maar na afloop zaten in het panel 4 mensen die niks met de PvdA hebben, waarin ze zeggen dat hij het slecht heeft gedaan. De beautycontest van de leiderschapsverkiezing wordt zo bepalend dat we potentiele goede leiders onmogelijk maken om mee te doen. Maar met ook het effect dat de Jan-Keezen de Jager van de wereld ook zeggen van dankje de koekkoek. Na Lubbers

en Kok heb ik niet meer het gevoel gehad dat er een leider van het land stond. Nu staat er niemand meer bij die onbetwist het leiderschap van Nederland kan overnemen. We hebben onze democratie zo ingericht dat we er niet meer het beste uithalen. Niet meer de beste besluiten, we hebben het over de verkeerde onderwerpen.

D: Hoe moet het CDA de boodschap insteken? Kunnen ze nog met dingen als 'respect' komen of moeten ze nog concreter zijn?
F: Ik denk dat je als communicatie heel goed moet nadenken. Ik denk dat je voor het beeld moet afdwingen dat je niet je verhaal in één zin kunt uitleggen. Op het moment dat je bij P&W gaat zitten dat je, als je afgekapt wordt, je het lef moet nemen de tijd te nemen. De journalisten hebben haast een soort heiligheid. Nu kom ik weer terug bij de netwerksamenleving en sociale media. Met nieuwe media kun je oude media passeren.
D: Daar ziet u de toekomst in?
F: Die mogelijkheden worden volgens mij nog lang niet benut. Ik ben geen techneut, ik ben meer iemand die het allemaal analyseert van de zijlijn. Maar volgens mij worden de mogelijheden nog lang niet gebruikt.

D: Hoe ziet u het CDA aan de eigenschappen voldoen van die netwerksamenleving? Welke stappen moet ze nemen?
F: Nou, volgens mij voldoet ze er nog lang niet aan.
D: Wat is dat dan?
F: Ook daar is een grote omslag in gaande. Als ik kijk naar mijn werk gaat dat om een kleine groep van stafmensen die allemaal zeer politiek betrokken zijn. Ik ben de één-na jongste. Allemaal zijn we lid van het een politieke partij, behalve mijn collega van 27. Zij zegt dat ze niet een partij heeft waar ze volledig achter kan staan. Ja, zeggen de andere tien dan: wij staan ook niet voor de volle 100% achter onze partij. De oude binding is weg. De nieuwe generatie voelt zich veel minder gebonden aan oude instituties zoals politieke partijen. De politieke partijen moeten daarom ook nieuwe invulling geven aan hun binding. Als je over twintig jaar een bestaansrecht wil hebben als politieke partij moet je veel meer aansluiten op de belevingswereld en hoe ze omgaan met hun engagement . Dan kom je toch al snel dichtbij met wat wij over sociale media schrijven in ons rapport. Je moet naar nieuwe vormen van lidmaatschap. Niet meer dat je contributie betaalt als lid, dat je een ledenblaadje krijgt en dat je op congressen mag stemmen. Veel meer gerelateerd aan onderwerpen. Stel je voor je bent als CDA thema-eigenaar van waarden, normen en fatsoen en gezin. Als ik er over nadenk besef ik weer hoe mager dat is voor het CDA. Via sociale media kun je knooppunten organiseren zodat mensen zich daarbij aan kunnen aanhaken. Als mensen zich dan laten kennen als mensen met affiniteit met dat onderwerp en de koers die de partij daarbij vaart, kun je mensen erbij betrekken. Ongeacht of ze lid zijn van de partij. Ze mogen ook meedoen. Een tweede ding. De Fransen hebben dat voor het eerst gedaan bij Hollande. Je houdt dan een soort primaries waarbij ook niet leden mogen meestemmen. Hollande is gekozen als lijsttrekker, niet alleen door leden maar ook door mensen

die zich konden inschrijven als affiniteit met die partij. Je gaat dan ook differentiëren in vormen van lidmaatschap. Dat kan ook negatief. Zoals in 2007. Toen waren er mensen die het slecht voor hadden met de VVD en die gingen lid worden om op Verdonk te stemmen en daarmee de partij omver te halen. Je moet het op een of andere manier uit zien te werken. Dat is uitwerking. Daar ben ik niet goed in. Ook de praktische kanten daarvan laat ik aan anderen over. Ik zie wel dat er keerzijden zijn. Maar er moeten sowieso nieuwe vormen van binding komen. Je moet knooppunten organiseren. Daaromheen kun je bouwen met Facebook over andere websites. Daaromheen moet je mensen verzamelen die autoriteit hebben op die onderwerpen. Mensen met mening, kennis en affiniteit. In het rapport hebben we het 'knooppuntdemocratie' genoemd. In een netwerk heb je knooppunten. Daar zitten de nieuwe kansen voor de politieke partijen. De hele gedachte dat mensen elkaar minder zijn gaan ontmoeten door internet is denk ik niet waar. Datzelfde is een knooppunt. Het gaat niet alleen om een portaal, maar er zal altijd ontmoeting blijven ontstaan. Het gaat verder dan websites en content. Het gaat om mensen blijven ontmoeten. De vorm en het uitnodigingsbeleid moet anders. Niet alleen leden, maar ook andere mensen. Wat ik heel erg moedig vond van beide kanten is de commissie Nieuwe Woorden Nieuwe Beelden. Jacobine Geel is journalist. Ze heeft affiniteit met het CDA. Dat past zeer. Omdat het niet goed gaat met de partij wil ze zich inzetten. Daardoor steekt ze enorm haar nek uit. Haar goede naam als journalist kan er onder lijden dat haar goede naam op het spel zet. Partijvoorzitter toont ook lef door een niet-lid te vragen. Dat roept enorm veel op, in de partij. Mensen vroegen haar of ze lid ging worden. Dat kan gewoon niet meer. Je moet gewoon zeggen wat geweldig dat je dit voor ons gedaan heeft. De toekomst is om mensen erbij betrekken die geen lid zijn, maar wel affiniteit hebben. Je moet mensen hebben die zeggen dat ze zich willen inzetten voor een bepaald thema juist gebruiken, zonder dat ze commitment moeten geven aan de partij. Nieuwe manier van lidmaatschap, nieuwe vormen van debat. Wat ik nog altijd heel visionair vond is dat in 2001 Marnix van Rij kwam met de 'competitie van Ideeën'. Ze gebruikten internet om te crowdsourcen. Ook mensen die geen lid waren mochten ideeën aandragen.

D: Ik ben er constant weer verbaasd van dat alle kennis weer weg is. Als je dan meer richting digitale sociale netwerken denkt, hoe kan het CDA dan meer zo'n community partner zijn? Een netwerkpartner in de digitale wereld. Hoe ziet u dat concreet voor zich als geheel? Wat is de rol van CDA landelijk? Is de manier van Sijbom goed?
F: Michael Sijbom is een hele goede vriend van mij. Hij kent het verschil tussen landelijk en lokaal. Social media werkt extra als je mensen ook persoonlijk kent. Dat is bij landelijke politiek ingewikkelder. Niet helemaal onmogelijk. De communicatieafdeling was voorheen vooral gericht op persvoorlichters. Maar ook in het communicatievak zie je een enorme transitie die gaan de is. Niet alles gaat meer via de pers, maar er is ook direct bereik mogelijk. Het partijbureau moet een grote communicatie-club worden. Over tien jaar zijn ze alleen maar daar mee bezig, met het interacteren en contact leggen met samenleving, achterban. Daarvoor zit natuurlijk wel de strategische keuze wat je tot inhoudelijk punt maakt. Waar wil je thema-eigenaar zijn? Je kunt niet als politieke partij zeggen we gaan op tien onderwerpen insteken. Je kunt er maar maximaal

drie kiezen. Er is kiezersonderzoek gedaan. Mensen die zeggen dat ze een bepaald thema belangrijk vinden kiezen vaak voor de partij die hiervan thema-eigenaar is. Mensen maken daar uiteraard wel gradaties in. Ze vinden onderwijs bijvoorbeeld belangrijk, maar ze vinden integratie of zorg belangrijker. De ChristenUnie kan bijvoorbeeld kiezen om thema-eigenaar te zijn op christelijke politiek. Voor de CDA is het de uitdagingen om een christelijke visie door te vertalen in thema's. Een voorbeeld is dat we kiezen voor duurzaamheid. Vanwege rentmeesterschap is dat een erg belangrijk thema. Afhankelijk voor welke doelgroep of medium moet je je taal daarop aanpassen. Als je bijvoorbeeld in Putten een verhaal houdt dan is het anders dan in Limburg. In Putten zitten wat zwaardere christelijke mensen. Vaak heel ondernemend. Je kunt daar bijvoorbeeld het verhaal houden dat we de christelijke opdracht hebben de wereld beter achter te laten dan we haar aantroffen. En u, ondernemers, hebt hierin verantwoordelijkheid. Als je een bredere groep aan wilt spreken moet je een andere taal spreken, wat niet wil zeggen dat je geïnspireerd bent op de idealen van het geloof. De keuze een aantal thema's. Daar ga ik voor kiezen en de meeste energie opzetten. Het CDA wordt verplicht dat te doen. Als je straks 15 zetels hebt, kun je niet aan alle thema's aandacht geven. Ik ben deelraadslid in Amsterdam in mijn vrije tijd. Ik ben enig raadslid in een duo fractie. Na een jaar lang alles gelezen te hebben, heb ik gezegd dit gaat niet werken. Ik heb gezegd vier onderwerp. De rest volg ik passief. Als het raakt aan deze onderwerpen ga ik moties schrijven en me erop inzetten. Ik voer niet het woord als het niet nodig is.

D: Welke vaardigheden zijn nu steeds meer nodig?
F: Het is een cliché, maar volgens mij is communicatie alles. Dat zie je al op ministeries. Vroeger had je gewoon de inhoudelijke mensen en de afdeling communicatie. Iedereen moet maatschappelijk sensitief kunnen zijn. Iedereen moet beseffen wat er in zijn omgeving gebeurd in plaats van heel veel kennis van dossiers. Je moet empathisch zijn. Het gaat niet meer zo dat ik een plan maak en het dan naar de afdeling communicatie stuur. Communicatie is nu relevant gedurende het hele traject. Alle fases. Van agendering tot analyses tot presentatie. Elke fase sta je in contact met je omgeving. Je kunt niet meer zeggen als politieke partij dat jij de deskundige bent en een oplossing hebt en dat je daarna gaat uitleggen waarom deze oplossing de beste is. Je moet accepteren dat er heel veel kennis in de samenleving is en die moet je kunnen vinden.

D: Een laatste vraag. Op welke manier moet het CDA een verhaal hebben over die netwerksamenleving? Wat zijn ook de risico's?
F: Maar weinig partijen raakt deze vraag zo als het CDA. Als je zegt dat je in je politieke denken dat je de samenleving belangrijker vind dan overheid en markt, moet je ook rekenschap geven dat de samenleving veranderd. Ik denk dat je gelijk heb dat het CDA daar te weinig bewust van is. Als wij in het strategisch beraad zeggen dat de wereld groter wordt en daarom wordt kleinschaligheid belangrijker; glokalisering. Dan hebben we het toch weer over de vereniging, toch weer over de kerk, toch weer over de straat. Er vormen zich nieuwe virtuele gemeenschappen is te weinig bewustzijn over. Nieuwe soorten gemeenschappen. Wat voor

invloed heeft dat op ideologie en gedachtegoed. Misschien nog wel meer dan voorheen. De kracht zit bij de mensen in de samenleving en niet bij overheid en de markt. Ik denk dat je het bij de oplossingen van deze thema's niet meer moet zoeken bij vakbonden, maar meer bij netwerken. Het lijkt me een hele mooie klus voor het wetenschappelijk instituut van het CDA om dat te doordenken. We moeten niet terug, maar we moeten het wel vasthouden. Bijvoorbeeld D66 is echt zo'n groep die voor een specifieke doelgroep gaat. De hoog opgeleiden. Het CDA moet juist voor iedereen opkomen. We moeten verder kijken naar innovatie en Europa etc. Dat kunnen we alleen doen doordat mensen zich geworteld hebben in hun omgeving. In een omgeving waarin ze gekend zijn. Waar ze zich thuisvoelen en overzicht hebben. Je kunt de stap naar de grote wereld zetten als je weet waar je vandaan komt. Dat is het verhaal waar het CDA voor moet staan. Ik denk dat veel mensen zich daarin herkennen. Ik heb een goede vriendin die in Deventer woont. Ze komt uit Twello. Daar wonen haar ouders. Ze wil zich niet binden aan een baan. Ze is zzp'er. Na een tijdje maakt e ze een keer een wereldreis. Ze vindt het geweldig om naar Amsterdam te komen. Ik vraag dan steeds ga toch in Amsterdam wonen. Ze zegt dan "Nee, ik voetbal in Twello" Dat doe ik al sinds mijn 15e. Daar voel ik me thuis". Dat is het CDA verhaal. De wereld mag complex zijn, maar we horen ergens thuis. Een plek waar we ons thuis voelen.

Bijlage 3

Jan van der Stoep

23 mei 2012 12u-13u

Lector religie en media in de publieke ruimte op de CHE en op de VU aan de faculteit Wijsbegeerte.

Geeft les in filosofie en heeft nagedacht en geschreven over levensbeschouwelijke organisaties in de netwerksamenleving

D: Wat is uw beeld van de online communicatie van CDA? Hoe ziet u het voor zich als niet-betrokkene?
S: Niet zoveel. Nou ja, toen een paar weken terug dingen van de website zijn verdwenen. Mevrouw Spies zei dat het boerkaverbod van haar niet hoefde te komen. In mum van tijd stond dat er niet meer op. En daarnaast een ander punt, de dubbele nationaliteit meen ik. Toen zijn er een paar journalisten op gedoken. Toen dacht ik wel: wat een geklungel. Ik snap het wel. Je moet het veranderen, maar het is wel een groot risico. Je moet het intern wel eens zijn, voordat je dat verandert.
Een kwalijke zaak? Nou je moet er in ieder geval beleid op hebben, zeker voor deze identiteitsgevoelige thema's. Voor de rest moet ik zeggen dat ik niet zoveel merk van het CDA.
D: Van andere partijen meer?
Nou ik ben zelf actief bij de ChristenUnie en van het wetenschappelijk bureau van deze partij. Daar volg ik het wel iets meer. Ik kijk toch meer als consument.
D: Het is wel blijven hangen.
S: Ja dat klopt. Ik merk dat Twitter werkt, maar er springen geen CDA mensen omhoog. Meer GroenLinks, PVDA en CU.
D: Persoonlijke interesse?
S: Ik denk het wel. Het past bij een bepaalde stijl. CDA is meer een bestuurderspartij. Dat is de kracht, maar om innovatief met Twitter bezig te zijn, werkt het wellicht minder. Bij organisaties twittert de managementlaag relatief weinig. Vooral mensen in een vrije rol twitteren.
D: Zegt dat wat over social media? Dat het bijvoorbeeld meer een intellectueel deel van de samenleving trekt?
S: Ja, ik denk het wel, zeker onder volwassen. Onder jongeren is het alweer heel anders. Die gebruiken het alweer heel anders dan mijn generaties. Veertigers en vijftigers gebruiken het meer als self- exposure. Zoals ik. Ik ben meer mijn persoonlijke merk. Ik zit deels hier, deels daar. In zo'n rol is het gemakkelijker om te twitteren dan als je directeur bent van een of andere instelling. Laatst was er onderzoek gedaan onder CEO's. Zij blijken het bijna niet te gebruiken. Wellicht is het te link voor hen. Dat is wellicht een verklaring voor het CDA. Dat het niet echt in

hun genen zit. Het CDA heeft natuurlijk wel overal mensen. Dat is wel een kracht.
D: Wat zou een voordeel zijn om het wel te doen?
S: Nou, iemand die het wel doet is Mirjam Sterk. Ik volg haar ook. Zij doet het goed. Ik denk dat deze social media belangrijk zijn om voeling te houden met het grondvlak. Je moet wel bewust zijn dat het een bepaald segment is van de bevolking. Je kunt discussiëren. Je kunt iets van je menselijke kant laten zien. Politici gebruiken Twitter vaak nog om te zenden en reageren bijna niet. En juist dat even reageren, en niet op alles, maar op vijf ofzo, helpt om de persoon te laten zien. En dan zeggen "vind ik ook een lastig punt". Politici gebruiken het voornamelijk als massamedium. Je krijgt een menselijker gezicht. ChristenUnie mensen hadden er soms een handje van om te laten zien hoe druk ze zijn en dat ze om twee uur 's nachts nog dossiers zaten door te nemen. Dan communiceer je dus eigenlijk dat je nooit je kinderen ziet. Dat moet je dus net niet doen. Misschien doe je het wel, maar je moet daar verstandig mee omgaan.

D: Wat zijn volgens u de eigenschappen en uitdagingen van deze samenleving uit communicatief oogpunt? Zit iedereen in de netwerksamenleving?
S: Je zou kunnen zeggen dat social media de voorhoede is van de netwerksamenleving. Dan kun je zien hoe het eruit gaat zien. We zitten wel allemaal in die netwerksamenleving. We leven steeds meer volgens de logica volgens de sociale media. Niet dat iedereen erop zit, maar het gaat om de wetmatigheden. Je moet aanwezig zijn en experimenteren. Een van de eigenschappen is de persoonlijke levensverhalen van politici. Mensen stemmen niet meer op jou omdat jij binnen het CDA naar voren geschoven bent. Mensen stemmen op personen. Authenticiteit. Dat is niet veroorzaakt door sociale media, maar laten het wel in uitvergrote mate zien. Medewerkers worden zelf een merk. Voor een organisatie is dat risicovol. Je ziet het rond de verkiezing binnen GroenLinks. Het draait veel meer om personen. Dat is wel anders dan vroeger.
D: Hoe was het vroeger dan?
S: Meer dat er toch een interne hiërarchie was. Vanzelfsprekend was dat zulke dingen intern werden opgelost. En natuurlijk gingen daar ook dingen fout en kwam het in de media, maar nu door de alomtegenwoordigheid van de televisie staan de journalisten overal. Ook voor dichte deuren. Terecht. Daar gaat wel een geweldige suggestie van uit. Daar wordt gekonkeld en achterkamertjespolitiek.
D: transparantie is dus essentiëler geworden?
S: Zeker, veel essentiëler. Dat is nou eenmaal de politiek. Je moet bepaalde belangen veilig stellen. In de huidige samenleving leeft heel erg de suggestie van transparantie. Niet transparantie is fout. Het gaat nu veel meer om betrouwbaarheid. Vroeger hing gezag meer af van de functie van de persoon. Als nu een burgemeester van een stadje wordt geïnterviewd wordt gekeken naar zijn situatie thuis. Veel personal interest. 25 jaar geleden kreeg je gewoon een verhaal en die zei dit of dat. Dat heeft wel met die netwerksamenleving te maken. Ik woonde halverwege jaren 80 nog thuis. Ik kwam uit vrijgemaakte kring. Ik las het Nederlands Dagblad en ik ging studeren en nam wat boeken mee en toen begon het. Mijn kinderen zijn zes en ze beginnen met al te ondervragen over dinosaurussen en het scheppingsverhaal. En als ze acht zijn

vragen ze me over de islam. Dat hebben ze allemaal via de media meekregen. Ze zitten amper achter de televisie, maar krijgen alles mee via internet. Waar je voorheen gevormd werd door een zuil, en heel diepgaand gevormd. Ik kon wel verschil maken tussen vijf soorten uitverkiezing. Heel fijnmazig systeem. Is het nu zo dat ze informatie overal vandaan moeten halen en op hun godfeeling moet beslissen waar ze zelf staan. Vroeger kon dat wel. Je had een kader en daar kon je gaan twijfelen en je kon daaruit stappen. Maar dan stapte je weer een ander kader binnen.

D: Wat is nu een gemeenschappelijke basis? Waarom zouden mensen nu gaan stemmen op een partij als het CDA? Hoe wordt iets gemeenschappelijks gevormd?
S: Dat hebben de traditionele partijen wel. Die hebben daar wel problemen mee, nog duidelijker dan de kleine partijen. Het gaat er veel meer om of De Jager een betrouwbaar en sympathiek figuur is. Er zit ook een groot risico aan leiderschapsdebatten. Maar er zit ook wel een kant in dat je meer leert kennen van een persoon. Het gaat veel meer om persoonlijke levenshouding. Dat geldt ook voor docenten. In mijn tijd was het nog niet zo belangrijk dat ze goed les konden geven of inspirerend waren, maar meer de kennisoverdracht. Je mocht natuurlijk de ene meer dan de ander, maar het werd altijd beoordeeld op kennisoverdracht. Nu is het veel meer of hij of zij een sympathiek persoon is. Idealen waaraan je op wilt trekken. Dat is belangrijke factor geworden. Als ouder gaat het tegenwoordig ook veel meer om de persoonlijke relatie met de kinderen. Veel goede gesprekken hebben. Je moet ook inspirerend zijn. Er is veel meer om aan te twijfelen. En dat mag ook. Moderne organisaties, waarvan Abraham Kuyper een voorbeeld is denken dat ze een boodschap voor de wereld hebben. Ze denken in termen van achterban. Dat zit ook wel in het CDA. Dat is het dilemma van politieke en levensbeschouwelijke organisaties. Ze denken volgens de logica van de massamedia. Wij hebben een boodschap en we moeten een achterband mobiliseren. Iedereen deed dat vroeger. De socialisten deden dat ook. Ik wil daar niets negatiefs over zeggen. Het was ook heel goed. Het past echter niet meer in de huidige tijd en hoe mensen zich ontwikkelen. Ik geloof dat het meer naar een samenleving gaat waarin het gaat om individuele politici, waar aan een partij kan aanhaken dan andersom. Dit grillige wat we de afgelopen tien jaar hebben gehad de afgelopen tien jaar, dat dat ons voorland is. Dat partijen dan krimpen, dan weer uitdijen, afhankelijk van personen. Dat hoort toch bij deze samenleving. Personen is het enige wat bindt. Het gaat veel meer om de ideologie van de persoon, dan om de ideologie van de partij of organisatie. Ik denk wel dat de kunst is om dat niet als negatief te zien. Het is een nieuw verschijnsel. Organisaties en personen overleven in de netwerksamenleving als ze ergens voor staan. Als dat niet gebeurd houdt het op. Bijvoorbeeld als Mirjam Sterk zegt dat mevrouw Spies veel kan roepen, maar ze blijft bij het boerkaverbod is dat sterker dan Spies. Afgezien van het inhoudelijke standpunt.

D: Hoe zou u het concept netwerksamenleving definiëren?
S: Ik zou het definiëren als het wegvallen van grenzen. We hebben het nu erg op de persoon gefocust. Het gaat om wegvallen van vastgestelde grenzen. Bijvoorbeeld publiek en privaat is nu heel diffuus geworden. Diffuus is beter dan wegvallen. Twitter overlapt daarin heel erg. Ik moet

bijvoorbeeld op Twitter oppassen dat ik niet teveel over mijn persoonlijk leven zeg. Bijvoorbeeld niet de namen van mijn kinderen. Je moet dus zelf de grenzen in de gaten houden. Vroeger werd dat voor je gedaan. Voor een politieke partij was het vroeger heel normaal dat er dingen binnen die fractie gebeurden. Nu ligt veel op straat. Het hele idee dat we het eerst intern op orde moeten hebben en dan kan het pas naar buiten hou je niet meer vol. Intern/extern en privé/publiek passen bij de massamedia. Dat betekent niet dat deze grenzen helemaal weg zijn, maar je moet ze zelf als persoon bewaken. Vroeger ging je naar je werk toe en klokte je in en aan het eind van de dag klokte je uit. Tussen 9 en 5 was je van je baas. Nu zit je op je werk privé dingen te regelen en thuis zakelijke dingen. Je moet veel zelf bewaken en vormgeven. Het wordt niet voor je gedaan. Fractiediscipline wordt veel belangrijker. Een fractielid hoeft maar wat te Twitteren en het ligt op straat. Je hoeft maar wat te twitteren wat opvalt en het ligt op straat.

D: Hoe moet je de samenleving als een netwerk zien?
S: Dat de individuen zelf grenzen moeten stellen en bewaren. Daarnaast voortdurende innovatie. We weten niet hoe het politieke landschap er volgend jaar uitziet. Geen enkel idee. Vroeger kon je dat nog wel redelijk goed inschatten. De PVDA was de grootste of het CDA. Of andersom. In het bedrijfsleven zie je dat ook. Vroeger gingen werknemers een generatie mee. Nu werken mensen in netwerken en ze verdwijnen weer. Ze zien weer nieuwe kansen. Iedere organisatie is zich om de paar jaar opnieuw aan het uitvinden. Ook de zorg en het omroepstelsel. Bijvoorbeeld vorige jaar. Toen maakten studenten zich zorgen over de langstudeerboete. Dat besluit moest nog vallen. Pas in mei wisten studenten waar ze in september aan toe waren. Ik vind het onbehoorlijk bestuur, maar het hoort ook bij de netwerksamenleving. Het is meer een rollercoastersamenleving.
D: Hoe komt het dan dat het zo wispelturig is allemaal?
S: Dat heeft te maken met de ICT. Als ik vroeger een vergadering uitschreef dan plande ik dat. Tenminste een week van tevoren stuurde ik de stukken rond. Als je niet kon, kon je geen mailtje sturen. Een vergadering verzetten hoefde je niet aan te beginnen. Dan zat je de hele ochtend te bellen. Dat wilde je niet. Nu wordt het allemaal ad hoc geregeld. Het leven is veel minder gestandaardiseerd en kunnen er veel sneller netwerken worden gevormd. Via Twitter leer ik allerlei mensen kennen. Vroeger had je een vrij vaste groep.
D: Is dat dan deterministisch?
S: Ik denk dat het een interactie is. Je zou kunnen zeggen dat door de massamedia steeds meer informatie kwam. Er ontstond de behoefte om deze informatie sneller te verwerken. Vroeger scrollden beleidsmedewerkers door alle stukken heen en probeerden de hoofdlijnen eruit te halen. Internet voorzag in die behoefte om snel te kunnen lezen en door te klikken. Dat versterkte ook weer die ontwikkeling. Het is meer een co-evolutie tussen techniek en samenleving. Dus wat dat betreft is het niet helemaal deterministisch. We hadden ook een andere weg op kunnen gaan. Het is net zoals netwerken. Het woord kwam in de jaren tachtig op. Voorheen had je helemaal niet zoveel behoefte om te netwerken. Als je een borrel wilde hebben, moest je een paar maanden van te voren beginnen om dat te organiseren. Nu kun je dat ac hoc

organiseren. De tegenwoordige sociale media zijn een manier om dat te organiseren. Maar die versterken op hun beurt ook weer de ontwikkeling. Het is niet iets dat onzijdig uit de techniek of uit de samenleving komt. Het woord co-evolutie komt uit de biologie en heeft te maken met planten en dieren. Insecten reageren op een ontwikkeling van planten en andersom. Zo ontwikkelen ze zich samen. Dat is met de media en de samenleving ook zo. Door de televisie ontdek je dat er andere mensen ontstaan buiten je eigen kringen. Op den duur krijg je de behoefte hen te ontmoeten. Dit wordt dan ook weer gefaciliteerd. Hierdoor ontstaat meer een netwerkkarakter.

D: hoeveel invloed heeft een netwerk in het hele land? Gekscherend: een PVV volkse stemmer… wat heeft die hiermee te maken?
S: Een heleboel. Een PVV stemmer kiest op zijn snelle inschatting. Die is heel flexibel. Hij kan bij de SP zitten of bij het CDA. Waar Wilders wel bij vaart is het bespelen van de media met gewone taal. Neem het voorbeeld dat Wilders twee jaar geleden met zijn hele gevolg de kamer uitstapte met zijn gevolg en het feit dat er tegenwoordig veel meer schuttingtaal wordt gebruikt. "Doe eens gewoon man". Dat was 50 jaar geleden ondenkbaar in de Tweede Kamer want toen was er nog geen televisie. Dus dit soort populisme heeft een behoorlijke relatie met de media. Niet alleen met de sociale media. Dit is wel echt een netwerksamenleving verschijnsel. Plus dat de netwerksamenleving wel echt iets heel bevrijdends heeft: ik kan nu kosmopoliet zijn en met iedereen communiceren. Voor een grote groep kan nieuwe media leuk zijn. Voor een intellectueel van GroenLinks bijvoorbeeld. Maar voor iemand die bouwvakker is kan het anders zijn. Zijn job kan overgenomen worden door Polen. Tegenwoordig heb je via internet gemakkelijk contact met mogelijke werknemers in Polen. Dat was vroeger ondenkbaar. Dat is die globalisering. Ook een bedreiging. Populisme speelt daarop in. Dat is niet alleen de PVV, maar ook de SP wat een reactie is op het bedreigende van de wereld. Het is reactionair, dus het heeft niet mijn voorkeur. Je moet wel beducht zijn dat er wat achter zit. Je moet er wel wat mee. Mensen voelen zich bedreigd. De veilige context van voorheen missen.
D: wat zou een partij als het CDA daarmee kunnen?
S: Ik denk dat in dat opzicht Jan Kees de Jager het goed doet. Hij straalt uit dat hij het Europese spel goed aan kan. Het is moeilijk, maar hij biedt wel een bepaalde vorm van veiligheid aan de Nederlandse burger. Tegelijkertijd speelt hij wel mee in het ingewikkelde spel, maar dat doet hij voor ons. Het CDA moet dat ook uitstralen. Je moet geen snelle jongen neerzetten en ook niet Geert Wilders nadoen. Dus niet reactionair.
D: Wat is reactionair in dit geval?
S: Je kunt nu wel heel hard roepen dat we uit Europa moeten stappen en uit de Euro, maar dat is natuurlijk kolder. Stel je voor dat Griekenland uit de Euro valt dan is Griekenland afhankelijker dan ooit wat er in Europa gebeurd. Je kunt dus beter het spel meespelen en kijken waar je voor je land ook enige zelfstandigheid kunt bewaren en goede keuzes kunt maken. Het is ook een drama en is ook problematisch. Maar bij eruit stappen maak je jezelf nog veel kwetsbaarder. Het CDA

moet zeggen dat ze het spel meespelen voor hun eigen veiligheid. Anders worden jullie speelbal van Europa. We doen het voor jullie.

D: Wat zijn de risico's van een netwerksamenleving?
S: Een risico is het populisme. Dingen polariseren sneller. Mensen nemen sneller reactionaire en extreme standpunten in denk ik. Een ander risico is dat mensen zich fundamenteel onzeker voelen. Het vangnet valt weg. Een risico is dat mensen zwaarder belast worden. Vroeger hoefde je geen grenzen te bewaken tussen privé en publiek. Nu wel. Het enige antwoord op de netwerksamenleving is niet: we doen niet mee, ook niet we gaan er lekker in los. Het antwoord is volgens mij, ook voor het CDA: Hoe bouw je communities in die netwerksamenleving op vaste plekken waar mensen een thuis ervaren.
D: Hoe ziet u dat voor zich? Hoe moet het CDA deel worden aan zo'n netwerkgemeenschap? Hoe moeten ze dat doen als politieke partij?
S: Ik denk dat ze vooral de media daarvoor kunnen gebruiken. De politici moeten het land in en in debat gaan met gewone mensen. Je moet echt bezig zijn hoe je mensen kunt binden aan het CDA. Het draait nu nog teveel om het aflopen van ledenvergaderingen. Waar het vroeger vanzelfsprekend was dat je voor het CDA stemde, als je hervormd was ging je naar de CHU, is dat nu weg. Je moet dus echt binden. Je moet dus echt met mensen gaan praten op straat. Dat is ook weer die media. Niet eenrichtingsverkeer. Je moet echt reageren. Je moet echt je persoonlijke gezicht laten zien. Dat is waar Leers nat ging. Iedereen zag wel dat die man heel ongelukkig was met het asielbeleid. Hij laat niets zien van zijn persoon. Dat is wel heel belangrijk. Hij zit ook wel echt in een lastig pakket.
D: Ontstaan zulke communities rond een persoon?
S: Ja, ik denk het wel. Zo iemand als Jan-Kees de Jager heeft wel een community. Dat betekent dat je ook aanwezig bent op Twitter. Dat hoeft niet altijd een op een te zijn. Maar je kunt ook laten blijken dat je heel veel bemoedigende reacties hebt gehad. Je laat zien dat je terug praat. Dat is denk ik iets wat politici moeten leren. Ik heb deze signalen opgepakt en hiermee ga ik aan de slag. Je mag ook wel zeggen dat je ook niet helemaal weet. Dan blijf je authentiek. Dat is volgende mij de manier waarop communities gebouwd moeten worden. Politici gaan nu naar bedrijven of naar ledenbijeenkomsten. Dat is de oude manier. Dat was vroeger de manier waarop verkiezingen werden georganiseerd. Nu moet het deels met de media, deels door aanwezig te zijn in bijvoorbeeld het centrum van Amsterdam.

D: Welke vaardigheden zijn belangrijk om mensen te binden in de netwerksamenleving?
S: Relationele vaardigheden. Sociale intelligentie is heel belangrijk. Bescheidenheid. Niet uit je functie denken, maar uit je persoon. Je moet je moraal laten zien. Waar wind je je over op en waarover niet. Ik denk dat het ook heel belangrijk is dat je twee of drie kern issues pakt. Vroeger kon je zeggen dat je lid was van het CDA en dat je eerst de ene portefeuille doet en dan de ander. Nee, jij bent niet iemand die een portefeuille doet, jij bent iemand die een missie heeft. Ik gebruik vaak de metafoor van de magneet. Vroeger dachten we in het kader van de identiteit van de

organisatie in termen van voetbalvelden. Zit je wel op het voetbalveld of erbuiten. Grensrechters bepalen wat binnen of buiten is. Identiteit in een netwerksamenleving is veel meer iets van een magnetisch veld. Hoe krachtiger je ergens voor staat zullen er mensen zijn die erbij willen horen. Je moet daarnaast niet bang zijn om mensen af te stoten. Een goede magneet stoot ook af. Je moet proberen om een magneet te zijn. In de communicatiewetenschappen wordt het magnetisch veld en het afstoten er niet bij betrokken. Binding gaat niet zonder dat je mensen afstoot. Grijs bestaat niet meer. Vroeger kon je een heel eind komen met grijs, maar tegenwoordig niet meer.

D: Hoe ziet u de toekomst hierin? Welke stappen kan het CDA zetten richting de toekomst?
S: Ik dat ze niet moeten nadenken in termen van totaalprogram, maar in termen van zaken waar ze voor staan. Dat moeten ze niet meer uitdrukken in kernwaarden. Niet meer in missie, visie en kernwaarden. De vier kernwaarden worden. Het gaat veel meer om de corporate story. Hier winden wij ons voor op, hier staan wij voor. Waarden zijn al te abstract en te algemeen. Je moet een paar kernverhalen hebben. Roodkapje kan je vertellen in meerdere varianten. Maar er zit altijd een oma en een wolf in, een paar kernelementen. Bij het CDA moet je nadenken over wat de kernelementen zijn en ik denk dat een belangrijk kernelement is dat burgers verantwoordelijkheid nemen. Dat is echt een kern. Ze hebben gevoel voor de Nederlandse cultuur. Gedachtengoed. Waarden en normen. Een kern is ook wel het rechtvaardigheidsbesef. Ook de meest verworpen mens is jouw broeder. Het moet wel een eenduidige boodschap zijn, maar het mogen ook kernen zijn die zich met enige spanning tot elkaar verhouden. Misschien is dat ook de kracht van een netwerksamenleving. De Jager staat voor degelijk bestuur, een ander voor iets anders. Je hoeft het niet helemaal met elkaar eens te zijn. Je zou kunnen zeggen dat bepaalde mensen met elkaar verbonden zijn in een alliantie en iedereen legt zijn eigen accenten. In dat opzicht is een lijstrekker twijfelachtig. Je zou beter kunnen denken in een mix van mensen. Daarmee voorkom je ook dat mensen zeggen dat het CDA hun partij niet meer is. Als er een sociaal iemand bijzit dan behoud je een deel van de kiezers.

Eindnoten

---

1 Arend Lijphart (1990) 'Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek' Becht, Haarlem (8ste herz. druk)

2 Een semigestructureerd interview (door sommigen ook wel aangeduid als een 'in-depth interview') betekent dat er een aantal vragen het kader van het interview vormen en de interviewer kan schuiven in de volgorde van de vragen en verhelderings- en verdiepingsvragen kan stellen (Bryman 2008).

3 Vandale.nl

4 Web 2.0 wordt door Tim O'Reilly geïntroduceerd in 2003 en staat voor het keerpunt van het internet, ingeluid door de dot.com crash (het instorten van de internet 'bubbel'). Web 2.0 gaat gepaard met concepten zoals social media, easy to use interfaces, participatie, laagdrempelig, open-source software, user-generated content, co-creativity, co-creation, collective intelligence en convergence culture (Lister et al., 2009, p. 204-206). De belofte van het Web 2.0 staat voor participatie. Aan de ene kant het idee dat iedereen content kan toevoegen, zowel expliciet als impliciet door het verschaffen van data. Het idee is niet op zichzel nieuw, interactiviteit is altijd al aanwezig geweest in nieuwe mediatechnologieën . Web 2.0 is een metafoor voor een bepaald gebruikt van web technologie.

5 Op de Deltion Scholengemeenschap doen ze aan sociale media monitoring. Ze kijken naar tweets van scholieren en houden in de gaten hoe er gepraat wordt en welke thema's er spelen.

6 Richard Engelfriet en Herman de Regt bepleiten minder luisteren naar het volk. En meer naar experts. http://www.engelfriet.net/richard/bd010607.htm

7 Een zogenaamde 'grassroots' beweging organiseert zich bottom-up. Niet vanuit traditionele machtsstructuren. Het gaat vaak om mensen die bewogen zijn voor een thema en zich daar vrijwillig voor inzetten.

8 D66 "Twitterspreekuur over Social media en privacy" Gepubliceerd oop 18 april 2012 op: www.d66.nl/d66nl/nieuws/20120418/twitterspreekuur_over_social_media

9 Volkskrant, 'Evenwichtig' Gepubliceerd op 31 oktober 2001 www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/594710/2001/10/31/Evenwichtig.dhtml

10 Jules Seegers, "Verontruste CDA-denktank waarschuwt partijtop' Gepubliceerd op 7 september 2011 via www.nrc.nl/nieuws/2011/09/07/verontruste-cda-denktank-waarschuwt-partijtop/

11 www.christendemocraat.nl

12 Hans Schnitzler 'Revolutie maak je op straat, niet op internet' Gepubliceerd op 9 februari 2011 in De Volkskrant www.volkskrant.nl/vk/nl/3184/opinie/article/detail/2448136/2011/02/09/ Revolutie-maak-je-op-straat-niet-op-internet.dhtml

13 Marianne van de Boomen, "Facebook was één van de druppels'. Gepubliceerd op 12 februari 2011 in De Volkskrant

14 Radio DJ Koen van Huijgevoort en premier Balkenende sloten in 2006 een weddenschap af wie binnen een maand de meeste vrienden wist te verzamelen op het sociale netwerk Hyves. Als Balkenende won dan moest de DJ een gospelsong van zanger Ralph van Manen draaien. Dit werkte aanstekelijk onder jonge christenen die graag wilden dat dit lied gedraaid werd op het populaire radiostation. De DJ wilde dit voorkomen omdat het niet bij het station paste. Een interessante strijd. Balkenende won.

15 www.jan-henk.nl/tag/robert-cialdini/

16 Subsidiariteitsbeginsel moet garanderen dat besluiten op een zo laag mogelijk niveau (zo dicht mogelijk bij de burger) worden genomen. Een besluit mag alleen op Europees niveau genomen worden, als dat niet net zo goed (of beter) op landelijk, provinciaal of gemeentelijk niveau kan gebeuren www.europa-nu.nl/id/vh7douedodzu/subsidiariteitsbeginsel

17 Disussie tussen Paul Schenderling en Jan Schinkelshoek: www.christendemocraat.nl/2011/08/cda-volkspartij-of-getuigenispartij/

18 Caroline Tax 'Waarom het CDA mij niet meer bindt' Gepubliceerd op 10 juli 2012 in het Nederlands Dagblad www.nd.nl/artikelen/2012/juli/10/waarom-het-cda-mij-niet-meer-bindt

19 Piet de Jong 'Het CDA is beter af zonder C' Gepubliceerd op 22 juni 2012 via http://www.nd.nl/artikelen/2012/juni/22/het-cda-is-beter-af-zonder-c

20 Raymond Williams wordt gezien als de grondlegger van het sociaal constructivisme, omdat hij in zijn theorieën sociale factoren boven technologie stelde. Williams ziet technologie als "an extension of a general human capacity", een verlengstuk van menselijk handelen.95 De mens speelt nog altijd de hoofdrol, niet de technologie. Dit in tegenstelling dus tot McLuhan die zoals eerder gezegd alles als medium ziet en die aangeeft dat media in zichzelf al heel veel invloed uitoefenen zonder dat daar ook maar enig menselijk handelen aan te pas komt.

[21] Steven de Jong Artikel NRC 'Internet cultiveert gedragsstoornissen. Gekte dringt door tot real life' http://www.nrc.nl/nieuws/2012/05/17/mobiel-internet-cultiveert-gedragsstoornissen-gekte-dringt-door-tot-real-life/